

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

LA PLACE DES HOMMES ET DES FEMMES DANS LES MÉDIAS ÉCRITS
QUÉBÉCOIS

MÉMOIRE PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA
MAÎTRISE EN COMMUNICATION SOCIALE

PAR
JESSYCA MARCHAND

OCTOBRE 2020

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

Résumé

Ce mémoire présente un portrait du journalisme écrit du Québec par l'entremise d'une analyse de contenu de l'ensemble des articles parus dans 104 éditions de journaux du Québec du samedi pendant six mois. Plus précisément, quatre journaux ont contribué à la confection du corpus de ce mémoire soit trois journaux francophones, *La Presse*, *Le Journal de Montréal*, *Le Devoir* et un anglophone, *The Montreal Gazette*. Ce portrait se décline en fonction de la production des agences de presse, du genre des journalistes qui contribuent des articles à ces journaux, ceux qui font la une et les individus qui soumettent des lettres d'opinion à ceux-ci. Le travail de codage de ce mémoire est guidé par la théorie des rôles sociaux (Eagly, 1987) et celle de la congruence des rôles sociaux (Eagly & Karau, 2002) afin de vérifier si une relation existe entre le genre et le domaine de couverture médiatique dans les médias écrits du Québec. Les résultats de ce mémoire indiquent que, peu importe qu'ils soient des journalistes ou des auteurs de lettres d'opinion (des non-journalistes), ce sont les hommes qui produisent le plus d'articles dans la presse du samedi. Aussi, il apparaît clairement que les agences de presse, quoique peu nombreuses, fournissent dans l'absolu près du tiers des articles dans *La Presse*+, *Le Journal de Montréal* et *The Montreal Gazette* du samedi. Finalement, en lien avec les propositions théoriques d'Eagly (1987) et d'Eagly et Karau (2002), non seulement y a-t-il moins de femmes (journalistes et non-journalistes) qui participent à la production d'articles dans les journaux du Québec et qui sont moins présentes sur les pages couvertures, mais elles sont affiliées à des catégories d'articles stéréotypées à leur genre, telles que la culture, la santé, l'éducation, la décoration, et la section gourmande. Elles sont également quasi inexistantes

Table des matières

Liste des tableaux	V
Remerciements.....	VI
Introduction	1
La présence des femmes dans le journalisme québécois.....	2
Pertinence des idées théoriques d'Eagly.....	9
Problématique	11
Questions de recherche et hypothèses	14
Méthodologie.....	21
Corpus d'articles de journaux	21
Procédures.....	21
Résultats	24
Portrait des auteurs des journaux québécois du samedi.....	25
Analyses en lien avec le modèle de la congruence des rôles (Eagly & Karau, 2002).....	29
Les lettres d'opinion	37
Les pages-titres	41
Discussion	44
Références	53
Annexe	58

en sport, et la production des hommes en politique et en économie est plus grande que la leur.

Liste des tableaux

Tableau 1 Les articles du samedi au Québec	28
Tableau 2 Articles rédigés par les journalistes selon le secteur de l'information	31
Tableau 3 Articles rédigés par les non-journalistes selon le secteur d'information.....	38
Tableau 4 Les unes du samedi.....	42

Remerciements

Un grand merci à mon directeur de recherche, Stéphane Perreault, qui a cru en moi tout au long de mon aventure à la maîtrise et d'avoir accepté mes bonnes comme mes moins bonnes idées. Coder tous ces articles et rédiger un mémoire sur le sujet ont été de lourdes épreuves, mais il a su m'encourager pour que je puisse réussir à terminer à temps, malgré une grève et une pandémie.

À mes professeurs qui, par leurs enseignements, m'ont permis de devenir une meilleure personne, qui assume plus sa manière de penser et qui est très fière d'avoir eu la chance de faire partie de leurs étudiants.

Un remerciement tout spécial à ma famille, et plus particulièrement à ma mère, qui m'a suggéré de continuer mes études avant même que j'y réfléchisse moi-même et qui a été présente dans mes moments de doute et de découragement. Je n'y serais jamais arrivé sans elle.

À mes ami(e)s de l'UQTR, vous allez me manquer. Chloé, Jessica, Véronique, Alexandre, Maad, Frédérique, Vicky, Andréanne, David, Marie-Christine, Virginie. Merci d'avoir commenté et de m'avoir aidé dans mon projet, qui a souvent changé de cap.

Introduction

Depuis le tout premier journal en version manuscrite, en passant par l'invention de l'imprimerie au milieu du 15^e siècle, les médias écrits ont évolué de manière significative, surtout dans les dernières années (Huard, 2014). Conglomérats, nouvelles en direct sur Internet, blogues, articles d'opinion rédigés par le public, tous ces contenus et formats font désormais partie de notre quotidien. D'ailleurs, avec les nouvelles technologies, les gens n'ont plus besoin d'attendre des heures ou même des jours avant d'avoir un résumé d'un évènement ou d'une nouvelle. Une recherche rapide sur les sites des journaux ou même les pages de ceux-ci sur les réseaux sociaux permet aux intéressés, en quelques minutes, d'avoir accès à des sources d'information provenant d'un peu partout sur le globe, dans la langue qui les intéresse, avec des photos et même des vidéos.

Pourtant, lorsque vient le temps d'écrire une nouvelle pour un quotidien, différents codes de déontologie comme ceux de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) ou du Conseil de presse du Québec régissent le comportement d'un journaliste (Bernier, 2004). Le journaliste a donc certaines règles éthiques à respecter ainsi que certaines obligations morales auxquelles il doit se conformer avant de mettre sous presse l'information qu'il a recueillie. Par exemple, celui-ci se doit de rapporter fidèlement les citations de ses sources en les mettant en lumière au moyen de guillemets, et ce, afin que le lecteur soit au courant que les propos ne sont pas de l'auteur de l'article. Également, le journaliste a l'obligation de vérifier les informations qu'il a reçues afin de ne pas propager une fausse nouvelle. Finalement, une autre règle à laquelle un journaliste doit adhérer est qu'il ne doit en aucun cas stéréotyper ou faire de la discrimination envers les

sujets ou les sources de leurs articles. En clair, l'apparence ethnique, la religion, l'orientation sexuelle et le genre de la personne ne doivent en aucun cas modifier le travail du journaliste. Cet aspect fondamental du travail du journaliste provient de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 édictée par l'Organisation des Nations Unies (ONU) (Bernier, 2004).

Bien que les journalistes ne doivent en aucun cas stéréotyper ou faire de la discrimination envers les sujets ou les sources de leurs articles, les codes de déontologie semblent être teintés de valeurs dites masculines. À ce sujet, Bernier (2004) se questionne à savoir si l'on doit remettre ceux-ci en question, car même des femmes rejettent l'idée d'imposer une vision féministe à « des règles impartiales, non discriminatoires et fondées en raison » (p. 281). De surcroît, son analyse des résultats en lien avec les pratiques des journalistes et des rédacteurs des salles de nouvelles l'amène à croire que les résultats présentés plus haut ne sont pas le reflet de l'éthique et la déontologie journalistique, mais bien d'une éthique sociale. Cette suggestion est intéressante, car elle nous permet d'adopter un prisme plus large (que nous expliquerons plus loin dans notre mémoire) pour analyser le phénomène qui nous intéresse soit la présence des femmes dans le journalisme québécois.

La présence des femmes dans le journalisme québécois

Malgré l'idéal qu'est celui de l'égalité entre les hommes et les femmes (Beere, King, Beere, & King, 1984), à en juger par les résultats d'une étude nationale effectuée en Belgique (Jobat.be, 2013; Klinkenberg, 2016), force est de constater que certains domaines de vie restent typiquement masculins ou féminins. En ce sens, la palme féminine de

l'emploi en Belgique revient au métier de diététiste tandis que pour les hommes de ce pays, elle revient au métier de conducteurs de machines de construction et de terrassement. Le métier de journaliste ne semble pas faire exception à cette tendance. Lorsque l'on examine la représentation des hommes et des femmes œuvrant dans ce secteur d'emploi, l'égalité entre les hommes et les femmes pour cette catégorie d'emploi semble loin d'être acquise. En clair, à travers le monde, être journaliste semble être un métier masculin (GMMP, 2015).

Depuis près de cinquante ans, l'idée que les femmes soient sous-représentées dans les médias québécois est aussi vraie. Dès 1975, Roger de la Garde menait une étude dans laquelle il analysait la professionnalisation du journalisme au moyen de plus de 300 entretiens avec des journalistes. Du magazine au grand quotidien, des journalistes de toutes les régions du Québec possédant une entreprise de presse furent sondés au moyen d'entrevues. Celles-ci portaient, entre autres, sur une description des tâches du journaliste, de la conception que celui-ci se fait de son travail, et considéraient certaines variables démographiques comme l'âge, le niveau de scolarité et le genre des journalistes. Aux fins de ce travail, les résultats de de la Garde (1975) confirment la tendance mondiale rapportée plus haut. Bien que les femmes journalistes soient plus nombreuses quand il s'agit de la catégorie des moins de trente ans, il n'en reste pas moins que 84% des journalistes interrogés à cette époque était des hommes.

Une seconde étude, publiée par Judith Dubois en 1988, avait pour but de reproduire les résultats de de la Garde (1975) et ainsi vérifier si l'écart entre les hommes et les femmes dans le monde journalistique s'était réduit. La méthodologie de Dubois (1988), quoique différente de son prédécesseur, répertoriait les journalistes des médias québécois. Une liste

des journalistes et employés impliqués dans la préparation et la diffusion des nouvelles avait été demandée auprès des entreprises médiatiques du Québec par cette chercheuse. En 1987, soit l'année où Dubois établissait ses données, les femmes représentaient 19% des journalistes québécois, soit seulement 3% de plus que quinze ans plus tôt. Également, le milieu de la presse écrite se révèle être le « pire secteur » pour ce qui est de la présence des femmes dans cette catégorie d'emploi, avec le même pourcentage qu'en 1975, soit 16% de femmes. Il n'y a qu'en presse parlée, à savoir la radio et la télévision, que le pourcentage faisait un bond de 10 points, soit 21% au lieu de 11%.

En 2015, le *Global Media Monitoring Project* (Projet mondial de monitoring des médias; GMMP) publiait un rapport complet sur la place des hommes et des femmes dans l'espace médiatique. Ce rapport touche plus de 75 pays à travers le monde, dont le Canada. À cet égard, la collecte de données pour le Canada a été effectuée au moyen d'une recension de plusieurs journaux, stations de radio, de télévision, ainsi que de sites Internet de presse et Twitter pendant une journée complète, et ce, à travers les différentes provinces du Canada incluant le Québec. Si les femmes sont plus représentées à la télévision avec 78% de visibilité avec, entre autres, un rôle de présentatrice, elles sont toutefois minoritaires par rapport aux hommes dans les médias imprimés, occupant seulement 42% de la place dans les salles de presse écrite. Aussi, selon les données du GMMP (2015), les femmes ont écrit 40% des articles à caractère politique, 31% des papiers sur les célébrités, les arts et le sport, ainsi que 28% des textes portant sur les sciences et la santé. À titre de précision, on mentionne que le pourcentage portant sur les sciences et la santé s'explique par le fait qu'une actrice américaine, Angelina Jolie, avait pris la décision d'avoir une double mastectomie...

En somme, différents chercheurs ont mis en lumière une présence majoritairement masculine dans la presse québécoise écrite. Qui plus est, le rapport du Projet mondial de monitoring des médias pour le Canada se termine en mentionnant que peu de choses ont changé sur la place, le rôle et le respect des femmes dans les médias. Mais comment au juste peut-on expliquer cette stabilité temporelle des résultats? C'est ce que nous tenterons de faire dans la prochaine section.

Explications théoriques de cette asymétrie

Dans le but de comprendre l'asymétrie entre les hommes et les femmes dans le monde du journalisme, il semble pertinent d'utiliser la théorie des rôles sociaux d'Eagly (1987). Selon l'approche de cette autrice, les hommes et les femmes ont tendance à travailler dans des domaines bien précis parce que des attentes sociales existent quant à la réalisation de ces tâches. Wood et Eagly (2002, traduction libre, p. 6) soutiennent que la « division du travail et la hiérarchie des sexes qui favorisent les hommes découlent des différences physiques entre les sexes, en particulier la capacité de reproduction des femmes, ainsi que la taille et la force des hommes ». Ainsi, compte tenu de leur physique, les hommes occuperaient davantage des emplois nécessitant de la force physique (par exemple : travailleurs sur un chantier de construction) alors que les femmes, quant à elles, travailleraient plutôt dans des emplois où elles peuvent venir en aide aux gens (par exemple : infirmière).

Le journalisme ne demandant pas une grande force physique, il y a donc matière à se poser des questions à savoir pourquoi il y a plus d'hommes que de femmes dans les médias québécois encore à ce jour. Cette préoccupation semble d'autant plus vraie lorsque

l'on considère la récente méta-analyse de Petersen (2018) qui indique que la performance verbale des filles est supérieure à celle des garçons (du moins aux États-Unis). À la lumière des résultats de cette chercheuse, n'est-il pas possible de penser que les femmes pourraient avoir un avantage dans ce domaine de vie? Ces deux constats nous poussent donc à expliciter la théorie d'Eagly (1987) en fonction d'une perspective alternative, soit celle d'Eagly et Karau (2002), et ce, dans le but d'expliquer l'écart entre les hommes et les femmes dans les médias écrits.

Rappelons que les attentes liées au genre sont basées sur deux facteurs, à savoir les attributs physiques d'une personne, mais aussi sur l'observation que les individus font du travail des hommes et des femmes. Comme nous l'avons précisé plus haut, selon Eagly (1987) le physique associé aux femmes et aux hommes les amène à occuper des rôles différents, ce qui génère des attentes différentes selon le genre. De plus, les individus d'une société observent les hommes et les femmes dans leur milieu de travail et cela a aussi pour effet de développer ou renforcer les attentes reliées au genre. Comme les hommes tendent à être observés par les individus d'une société dans des rôles de statut plus élevé (par exemple : leader d'entreprise ou pourvoyeur) que les femmes, ceux-ci les perçoivent plus comme agentiques (compétitif, froid, rationnel). Les femmes, quant à elles, sont perçues comme davantage communautaires (émotives, ayant à cœur la famille). En somme, les individus se perçoivent et perçoivent les autres comme étant plus compétents dans des rôles en harmonie avec les rôles de genre (Oggins, 2014).

Or, ces observations mèneraient au développement de croyances selon lesquelles les femmes seraient plus ou moins compétentes selon le secteur d'emploi (Eagly & Karau, 2002). Cette idée est d'ailleurs à la base de la théorie de la congruence des rôles qui propose

que les femmes occupent des postes qui sont congruents avec les croyances qui y sont associées. Nécessitant des attributs communautaires de la part de ceux qui œuvrent dans ce secteur, c'est pourquoi la culture et l'éducation seraient des domaines typiquement féminins. Si l'on applique cette théorie aux hommes, ceux-ci seraient mieux « équipés » pour parler de sport que les femmes étant donné leurs attributs agentiques (Eagly, Wood, & Johannesen-Schmidt, 2004). Lebrun (2007) abonde dans le sens de cette théorie en précisant que selon le journaliste sportif français Thierry Roland, il faut avoir du poil pour bien parler du football.

Cette prémisse de la théorie d'Eagly et Karau (2002) semble aussi trouver écho chez le biographe de Chantal Machabée, une des seules femmes dans la branche du journalisme sportif au Québec. En relatant différents événements en lien avec la carrière de cette journaliste québécoise, il semble décrire la théorie des rôles sociaux d'Eagly (1987) par le biais de différentes citations à l'égard du travail de cette journaliste sportive. En soutien à cette affirmation, il mentionne qu'un de ses patrons de l'époque lui avait même mentionné un jour : « Dans la tête des gens, un gars, ça connaît son sport. Pas une femme. Tu pars avec deux prises contre toi. » (Lefrançois, 2018, p. 8). Une autre personne, cette fois un de ses collègues, lui avait aussi indiqué que « Tu devras toujours te battre. Tu sais, les femmes, vous êtes plus sensibles [...] Une fille ne sera jamais prise au sérieux en sports. » (Lefrançois, 2018, p. 46). Appliquée au métier de journaliste, la théorie de la congruence des rôles d'Eagly et Karau (2002) stipule que les hommes seraient donc plus sujets à rédiger des nouvelles quand il est question, par exemple, de sport, alors que les femmes se sentiraient plus à l'aise quand il est question d'éducation ou de culture.

Cette façon d’entrevoir le monde du journalisme écrit est intéressante parce qu’elle implique la présence de stéréotypes ou de préjugés qui font en sorte qu’une femme serait moins encline à choisir de devenir journaliste ou du moins à rédiger une nouvelle dans un domaine plus « masculin ». Rappelons que les stéréotypes sont des images mentales notamment sur des catégories de personnes, concernant ses origines ethniques, son orientation sexuelle, ou sa religion (Doraï, 1988). Ces images mentales comportent aussi des croyances exagérées associées à un groupe (Allport, 1958). En lien avec ces idées, pour celles qui réussiront à écrire dans un domaine qui n’est pas congruent avec les attentes liées à son genre (par exemple : une journaliste qui couvre le hockey), elles auront aussi à faire face à des évaluations plus négatives de leur travail, car elles violent l’attente liée au fait qu’un homme devrait écrire à propos du sport ainsi que l’attente qu’une femme est davantage communautaire qu’agentique. L’on comprendra que travailler dans un tel contexte (voir à ce sujet, Reinardy, 2009) ne devrait pas nécessairement motiver les femmes à écrire dans un domaine masculin, ceci expliquant, en partie, le pourquoi des différences de sexe par domaine notées dans le rapport du GMMP (2015). Finalement, Oggins (2014) explique que le domaine de prédilection des hommes et des femmes pourrait aussi influencer les rédacteurs en chef afin qu’ils choisissent le genre dédié à un domaine bien précis. Cette idée, combinée à la proportion plus grande d’hommes lecteurs de journaux (MCC, 2014) que les femmes, pourrait aussi expliquer le nombre de journalistes féminins.

Pertinence des idées théoriques d'Eagly

L'utilisation des idées théoriques d'Eagly nous apparaît justifiée comme approche pour ce mémoire parce que celles-ci ont été mises à l'épreuve avec succès, et ce, à l'aide de différents médias. Par exemple, l'idée que les femmes soient représentées d'une manière communautaire et que les hommes le soient d'une manière agentique se voit confirmer lorsque l'on examine le contenu de 124 émissions de télévision aux heures de grande écoute (Lauzen, Dozier, & Horan, 2008), de lettres de recommandation pour un poste de professeur universitaire (Madera, Hebl, & Martin, 2009), du jeu virtuel *Second life* (Guadagno et al., 2011), et de traits d'amis sur Facebook (Rose et al., 2012).

Au sein de la presse québécoise écrite, Blanchet-Godbout et Perreault (2016) ont aussi confirmé cette hypothèse de la théorie des rôles sociaux (Eagly, 1987) en analysant la rubrique « Personnalité de la semaine » de *La Presse* sur une période de 26 ans. En plus d'être surreprésentées en tant que personnalité de la semaine, les personnalités de la semaine masculines sont présentées par les journalistes comme plus agentiques, mais moins communautaires que les personnalités de la semaine féminines. Ces auteurs mentionnent aussi que les journalistes masculins écrivent d'une manière agentique tandis que leurs collègues féminins écrivent d'une manière communautaire. Notons que des résultats similaires à ceux de Blanchet-Godbout et Perreault (2016) ont également été rapportés par Vu, Duong, Barnett et Lee (2017) qui, eux, ont réussi à démontrer que les journalistes vietnamiens percevaient les leaders féminins comme plus communautaires et moins agentiques que les leaders masculins.

Quant à l'hypothèse de la congruence des rôles d'Eagly et Karau (2002), les résultats de Knobloch-Westerwick, Glynn, et Huge (2013) sont éloquentes à sujet. En bref,

les résumés scientifiques écrits par des postulants masculins à un congrès scientifique de communication sont jugés comme étant de meilleure qualité que ceux de postulants féminins, et ce, surtout lorsque le sujet de cet événement est masculin. Cette hypothèse d'Eagly et Karau (2002) s'est aussi vue confirmée par Oggins (2014). Dans le cadre de son étude, l'autrice analyse 4374 contributions aux meilleures anthologies américaines de poésie, de nouvelles, d'essais, et d'œuvres non romanesques (sport, science et voyage) de 1978 à 2012. Pour l'ensemble de son corpus, elle constate que 33% des contributions à ces anthologies sont signées par des femmes, ce qui confirme l'idée que les femmes autrices sont sous-représentées dans ce type d'ouvrages. De plus, elle nuance ses résultats en démontrant que les femmes contribuent à moins d'œuvres non romanesques (15%), d'essais (30%), et de poésie (39%) que les hommes dans ces recueils de textes exceptionnels. Finalement, la contribution des femmes à ces anthologies est également la plus élevée pour le domaine des nouvelles avec un taux de 47%.

Terminons cette section en citant l'étude de North (2016) qui traite de ce que les journalistes appellent le *hard news* et le *soft news*. La chercheure présente le *hard news* comme étant une nouvelle sérieuse, importante, et qui nécessite une publication immédiate. À titre d'exemple, le caractère de cette nouvelle est souvent politique ou économique. La couverture journalistique de ce genre de nouvelle est d'ailleurs considérée comme prestigieuse par les journalistes et, tel que nous l'avons vu avec les résultats du *GMMP* (2015), comme masculine. À l'opposé de cette forme de nouvelle, on retrouve le *soft news* qui ne nécessite pas une publication immédiate parce qu'elle n'a pas vraiment de valeur informationnelle. Elle est écrite par des femmes et se concentre sur des reportages à résonnance humaine qui ont pour but de faire vivre des émotions aux lecteurs. Une

hiérarchie consonante avec les propos d'Eagly et Karau (2002) si on en juge par les propos des 571 journalistes féminins australiens sondés dans l'enquête de North (2016).

Problématique

Les études produites précédemment par de la Garde (1975), Dubois (1988) et le *Global Media Monitoring Project* (2015) et celles des auteurs que nous venons tout juste de recenser semblent comporter plusieurs lacunes lorsque l'on considère leur pertinence afin d'étudier comment le genre est relié à la production journalistique au Québec¹. Précisons que celles de de la Garde (1975) et de Dubois (1988) ont fait une recension des journalistes masculins et féminins du Québec, mais ne se sont pas penchées sur la production de ceux-ci dans les médias. Par exemple, les femmes pourraient être moins nombreuses dans les salles de nouvelles, mais elles pourraient être plus présentes que les hommes dans les journaux en général. Dit autrement, il existe des différences quant à la proportion des journalistes femmes et hommes, mais est-ce que cette différence se traduit aussi dans ce qui est produit (par exemple : le nombre d'articles signés par les femmes)?

Une autre lacune de ces deux études est que les données recueillies par de la Garde (1975) et Dubois (1988) ne permettent pas d'appuyer ou de réfuter la théorie de la congruence des rôles. En outre, certains domaines tels que le sport, l'économie, la culture ou la mode pourraient être majoritairement masculins ou féminins dans les médias écrits au Québec selon la théorie des rôles sociaux. Cette lacune s'applique aussi aux études des chercheurs que nous avons recensées dans la section « Pertinence des idées théoriques

¹ Il est évident que certaines des études que nous employons pour confectionner notre problématique ne sont pas issues du Québec et que celles-ci ne traitent pas du journalisme. Leur présence dans cette section de notre mémoire a plutôt pour but de démontrer l'importance de considérer certains éléments méthodologiques afin de bien vérifier les prédictions du modèle d'Eagly et Karau (2002).

d'Eagly » à l'exception de celle d'Oggins (2014). En ce sens, lorsque l'on examine de plus près les travaux de ces chercheurs, il est possible de constater que ceux-ci se limitent à tester le modèle d'Eagly et Karau (2002) à l'aide d'un domaine bien précis comme l'ont fait, par exemple, Knobloch-Westerwick, Glynn, & Huge, M. (2013).

À l'inverse des études que nous venons de répertorier comme comportant la lacune d'un test incomplet de la théorie de la congruence des rôles (Eagly & Karau, 2002), Oggins (2014) a effectué son étude en tenant compte du domaine de production des auteurs ayant vu leur contribution se retrouver dans les meilleures anthologies américaines de poésie, de nouvelles, d'essais, et d'œuvres non romanesques (sport, science et voyage). Bien que les résultats de l'étude d'Oggins (2014) soient intéressants, il n'en reste pas moins que ceux-ci se limitent à certains domaines de vie. Par exemple, l'étude d'Oggins (2014) ne semble pas tenir compte du domaine de la politique; un domaine de vie souvent couvert par les journaux et « masculin » (Lemarié-Saulnier & Lalancette, 2012).

Contrairement à l'étude d'Oggins (2014), le *GMMP* (2015) a, quant à lui, analysé la contribution des journalistes masculins et féminins en lien avec le domaine de la politique. Par contre, les secteurs d'information couverts par les journalistes de ce grand projet de recherche pouvaient porter à confusion, notamment *Celebrity, arts, media and sport*. Alors que les arts et les « vedettes » sont des thèmes qui devraient théoriquement être couverts par des femmes, le sport devrait plutôt l'être par des journalistes masculins. Il serait donc intéressant de pallier cette lacune afin de vérifier si la production dans les domaines typiques des médias écrits du Québec est plus féminine. Aux fins de notre mémoire, les domaines étudiés seront la politique et le gouvernement; l'économie; la science, l'environnement et la santé; les lois; les crimes et la violence; les célébrités, les

arts et les médias; les sports et les faits divers. Il faut ici comprendre que le domaine des faits divers regroupe l'ensemble des articles qui ne se situent pas dans les autres secteurs d'information, ayant des sujets très variés allant de la mode, aux voyages et de la gastronomie, jusqu'aux accidents de la route, la météo et le courrier du cœur.

Nous aimerions aussi faire la remarque que les agences de presse ne sont en aucun cas mentionnées dans les études de de la Garde (1975), Dubois (1988) et du *GMMP* (2015) alors qu'elles occupent une place importante dans les médias québécois (Leclerc & Guay, 1991, Raboy & Grimard, 2000) et à travers le monde avec la venue d'Internet (Boumans, Trillig, Vliegthart & Boomgaarden, 2018). Avec la crise des médias au Québec (Richer, 2019), les choix des agences ne sont pas fortuits parce que les médias écrits du Québec ont subi d'importantes transformations ces dernières années. Plusieurs médias écrits ont d'ailleurs révisé les manières de rapporter l'information et celle-ci se retrouve maintenant à la fois sur papier et sur Internet (Centre d'études sur les médias, 2017). En fonction de ce qui précède, il semble légitime de se questionner par rapport à la place des agences de presse dans les quotidiens du Québec, car l'utilisation de cette source d'information peut s'adjoindre avec l'idée de réduire les coûts associés à la publication d'un quotidien (Welbers, van Attevelde, Kleinnijenhuis & Ruigrok, 2018).

Ce dernier constat s'applique aussi à une autre source d'information que l'on retrouve dans les journaux, soit celle de la correspondance qui est envoyée aux journaux par ses lecteurs et qui est publiée par celui-ci. On pense ici aux lettres à l'éditeur ou aux lettres d'opinion. Selon Hessing (2003), le courrier des lecteurs dans les quotidiens crée l'apparence d'un dialogue entre le rédacteur et le journal. Elles maintiennent l'idée qu'il est possible dans un état démocratique d'émettre son opinion en réaction à un événement.

Aussi, elles aident à perpétuer l'image que le journal qui les publie, offre un forum de discussion à ses lecteurs. Malgré que cette autrice explique que la publication d'une lettre provenant d'un lecteur du quotidien n'en reste pas moins la décision du rédacteur en chef, elle constate que 60% des lettres publiées dans le *Vancouver Sun* sur l'exploitation proposée des forêts de la vallée Carmanah en Colombie-Britannique proviennent d'hommes. Cette chercheuse explique ce résultat comme étant le reflet de la distribution des genres dans le domaine de l'industrie forestière; une explication qui semble appuyer la théorie des rôles sociaux (Eagly, 1987).

Les dernières lacunes que nous désirons évoquer avant de passer à la prochaine section concernent le temps échantillonné et le choix des médias pour l'étude de 2015 du *Global Media Monitoring Project*. Ainsi, le temps de cette étude n'était que d'une seule journée, à savoir tout ce qui s'est dit le 25 mars 2015, ce qui peut amener des questionnements à propos de la représentativité de l'échantillonnage. De plus, cet échantillonnage est pour le moins incomplet pour ce qui est des médias écrits au Québec. Fait intéressant, il n'y a que le *The Montreal Gazette* qui est étudié pour le territoire du Québec, alors que ce journal n'est distribué qu'à Montréal et ses environs, et non dans toute la province.

Questions de recherche et hypothèses

Étant donné les lacunes mentionnées plus haut, nous cherchons à connaître, dans le contexte des médias écrits du Québec, en 2019, quelle est la proportion des hommes et des femmes dans les journaux, et ce, dans quatre quotidiens? De plus, nous désirons vérifier si une relation existe entre le genre et le domaine de couverture médiatique (culture, politique,

sport) dans les médias écrits du Québec. Également, nous examinerons ces questions de recherche à l'aide d'une perspective longitudinale (six mois), non pas pour tenter de déceler des variations dans le temps, mais pour plutôt nous assurer d'un plus grand échantillonnage d'articles à analyser. À titre plus exploratoire, nous évaluerons si la ligne éditoriale du journal, sa langue d'impression et son format de distribution peuvent venir nuancer les hypothèses que nous présentons ci-dessous. Finalement, les réponses à nos questions de recherche seront orientées par deux grandes hypothèses soit celle que les proportions de journalistes masculins et féminins établies par de la Garde (1975) et Dubois (1988) seront semblables aux proportions recueillies dans notre étude et celle que les journalistes féminins et masculins devraient rédiger dans des secteurs pour lesquelles les attentes sont conformes avec leur genre pour ce qui est des médias écrits du samedi (Eagly & Karau, 2002).

Selon la première hypothèse de notre mémoire, les proportions d'hommes et de femmes établies par de la Garde (1975) et Dubois (1988) seront similaires aux résultats trouvés en 2019 pour ce qui est des médias écrits. Pour tester cette hypothèse, nous utiliserons une liste de journalistes qui rédigent dans quatre quotidiens québécois que nous avons confectionnés plutôt que de se baser sur celle fournie par les médias eux-mêmes (voir la section méthodologie à ce sujet). Nous tenons aussi à préciser que notre étude chiffrera la contribution des agences de presse comme source d'information dans les journaux québécois. En effet, les agences comme La Presse canadienne ou l'Agence France-Presse collectent les données fournies par les journaux, mais aussi avec les communiqués, afin de faire connaître l'actualité à l'ensemble de ses membres. Ainsi, nous affinerons le test de notre première hypothèse, car il ne s'agira plus seulement de savoir

combien d'hommes et de femmes travaillent pour les médias écrits du Québec étant donné la crise des médias au Québec.

Nous examinerons donc à quel point les agences de presse, les femmes et les hommes sont impliqués dans l'écriture des articles parus dans les journaux en se basant sur ce que chaque source d'information a rédigé pendant la période de notre étude. En clair, en employant l'ensemble des articles rédigés les samedis sur une période de six mois dans quatre quotidiens québécois, nous pourrions calculer des proportions pour ces trois sources d'information. Nous convenons que cette manière de faire comporte un biais en ce sens qu'un journaliste (masculin ou féminin) ou une agence de presse peut contribuer plus d'une fois à ce total. Par contre, cette façon de faire offre l'avantage de rendre comparable la contribution des sources d'information et de savoir laquelle est présente dans les médias québécois. Nous pourrions alors parler d'une production masculine, féminine ou asexuée d'information. Cette considération méthodologique permettra donc de porter un regard différent sur « qui » contribue dans les médias écrits du Québec. Concluons en disant que, malgré ce travail d'uniformisation, nous croyons que le journalisme du Québec restera tout de même plus masculin que féminin.

En combinant le genre avec le domaine de couverture médiatique, nous examinerons notre deuxième hypothèse qui stipule que les journalistes féminins et masculins devraient rédiger dans des secteurs pour lesquelles les attentes sont conformes avec leur genre. Plus précisément, selon le modèle de la congruence des rôles d'Eagly et Karau (2002), les journalistes masculins devraient être présents dans un secteur comme le sport et y rédiger la très grande majorité des articles tandis que les journalistes féminins devraient l'être pour un secteur comme la culture. En bref, nous souhaitons reproduire les

résultats du *GMMP* (2015) tout en bonifiant le codage des domaines associés à un article. Spécifions que pour le domaine du sport, nous coderons aussi les différents sports couverts dans les médias afin de savoir si certains d'entre eux sont plus associés à un journaliste (par exemple : le hockey) ou une journaliste (par exemple : la gymnastique) parce que certains sports sont traditionnellement masculins ou féminins (Miloch, Pedersen, Smucker, & Whisenant, 2005).

Nous postulons que la logique présentée plus haut s'appliquera aussi aux lecteurs qui soumettent des lettres d'opinion. Nous croyons donc que notre première hypothèse s'appliquera pour ce qui est des non-journalistes. En bref, nous nous appuyons sur les résultats de Singletary et Cowling (1979), Cooper, Knotts, et Haspel (2009) et Perrin (2016) qui indiquent qu'aux États-Unis, ce sont les hommes plutôt que les femmes qui contribuent au courrier des lecteurs d'un quotidien. De plus, de par les résultats de Singletary et Cowling (1979), Cooper, Knotts, et Haspel (2009) et Perrin (2016), nous avons pu constater que les lettres à l'éditeur traitent de sujets diversifiés dans leur étude; sujets que nous interprétons comme s'apparentant aux domaines de couverture du *GMMP* (2015). D'ailleurs, les résultats des études de Cooper, Knotts, et Haspel (2009) et Perrin (2016) semblent conformes aux prédictions du modèle de la congruence des rôles (Eagly & Karau, 2002). Plus précisément, dans l'étude de Cooper, Knotts, et Haspel (2009), le contenu des lettres des non-journalistes masculins traitait d'enjeux nationaux et de la défense nationale tandis que celui des lettres des non-journalistes féminins se concentrait sur des enjeux locaux et sur une rubrique qui comprend la loi, la criminalité et la famille. Dans celle de Perrin (2016), le style avec lequel les lettres au rédacteur étaient écrites différait entre les hommes et les femmes : les femmes employaient un style plus personnel

et qui se référait plus souvent aux enfants tandis que les hommes avaient recours à des stratégies argumentatives de supériorité (un ton agressif et des arguments *ad hominem*).

Aussi, nous désirons observer si la prédiction du modèle de la congruence des rôles d'Eagly et Karau (2002) tient la route par l'analyse de qui fait la première page aussi appelée la *frontpage*. Celle-ci regroupe, en outre, les articles les plus importants de la journée ou de la semaine et c'est grâce à elle, la plupart du temps, que les gens achètent ou non ce journal. Nous tenons pareillement à faire ce test en considérant les différents éléments que nous avons présentés auparavant, et ce, à titre exploratoire. Nous pensons ici à la ligne éditoriale du journal, sa langue de publication, son format de distribution et qui en est le directeur. Tout comme les lettres d'opinion, la première page doit suivre la ligne éditoriale du média (Hessing, 2003).

En fonction de ce propos, il semble opportun d'approfondir cette variable lorsque l'on analyse le contenu de quotidien afin d'examiner les propos d'Eagly et Karau (2002), et ce, surtout lorsque l'on considère à quel point la ligne éditoriale des quotidiens de notre étude diffère. Dans le cas de Le Journal de Montréal, créé en 1964, il est le journal le plus populaire au Québec, avec environ 300 000 copies vendues les samedis (Cornellier, 2013). Les publicités vantant le quotidien mentionnent à la fois « Le journal qu'on aime lire » et « Un vrai journal. Un journal vrai. » Ils font l'éloge des nouvelles dites « accessibles » (Site journaldemontreal.com). Pourtant, selon plusieurs experts, dont Cornellier, il est malheureusement présenté comme un fourre-tout qui est fait pour attirer les acheteurs et leur faire plaisir en touchant des sujets qui les rejoignent (Cornellier, 2013). La Presse, fondée en 1884, est plus polyvalente que Le Journal de Montréal (Cornellier, 2013). « Le site d'information francophone le plus complet en Amérique du Nord : Actualités

régionales, provinciales, nationales et internationales » (Site LaPresse.ca). Malgré sa transition en version numérique, La Presse + affirme que les articles sont restés de la même qualité que la précédente version (Crevier, 2013). Nous ne doutons nullement de cette affirmation. Néanmoins, nous nous questionnons à savoir si cette transition a influencé la présence d'articles provenant d'agences de presse (Boumans, Trillig, Vliegenthart & Boomgaarden, 2018).

Le Devoir a quant à lui ouvert ses portes en 1910. Il se vante d'être un journal pour l'élite intellectuelle du Québec. « Quand l'actualité tourne en rond, nos journalistes trouvent le bon angle. [...] Des textes engageants. Des formats innovants. » (Site ledevoir.com). Journal indépendant, il est davantage porté sur la politique n'hésitant pas à prendre position (Cornellier, 2013). Finalement, *The Montreal Gazette* est un journal plus régionaliste, n'étant distribué que sur l'Île de Montréal et ses environs, à quelques exceptions près, il se concentre davantage sur les sujets de la métropole. Il est le seul journal anglophone quotidien à Montréal et il est également le plus vieux des quatre journaux sélectionnés pour l'étude, fondé en 1778 (site montrealgazette.com). Il va de soi que l'ajout de ce quotidien nous permettra de voir si des différences existent au Québec entre la presse écrite anglophone et la presse écrite francophone quant aux sources de production de l'information.

En échelonnant la période de cette étude sur plusieurs mois (voir la section méthodologie), ainsi qu'en sélectionnant plusieurs journaux québécois, autant en français qu'en anglais, et finalement en analysant ce qui est paru dans les journaux en complémentarité avec une liste des journalistes que nous créerons, cette étude sera plus étoffée et viendra bonifier les études antérieures qui portent sur le thème qui nous intéresse.

À ce sujet, nous utiliserons les journaux du samedi qui sont à la fois les plus lus, mais aussi ceux qui ont le plus de contenus, ce qui peut potentiellement laisser plus d'espace pour que les hommes et les femmes soient sur un pied d'égalité quant à leur production. D'un point de vue social, il semble aussi important de recueillir des données sur notre thème de recherche, et ce, dans le but de constater l'avancement ou non de la place des femmes dans les médias écrits québécois.

Finalement, en complémentarité avec la mise à l'épreuve du modèle d'Eagly et Karau (2002), mentionnons que ce mémoire comporte un aspect plus qualitatif. En ce sens, dans le cadre de la section « Résultats », nous détaillerons certains éléments de notre codage afin de donner un aperçu des indicateurs des domaines de couverture médiatique. Cet ajout, nous l'espérons, permettra de clarifier le sens des secteurs d'information couverts et, ainsi, aider à conceptualiser si un domaine de couverture médiatique est plus communautaire qu'agentique (Eagly, 1987).

Méthodologie

Corpus d'articles de journaux

Notre corpus est composé de l'ensemble des articles parus dans 104 éditions de journaux du Québec du samedi pendant six mois, et ce, du 5 janvier au 29 juin 2019. Plus précisément, quatre journaux ont contribué à la confection de celui-ci, soit trois journaux francophones, *La Presse*, *Le Journal de Montréal*, *Le Devoir* et un anglophone, *The Montreal Gazette*. Les trois premiers sont distribués sur l'ensemble du territoire québécois, tandis que le second couvre l'île de Montréal et ses alentours. À noter que ceux-ci appartiennent tous à des compagnies différentes (Power Corporation du Canada, Québecor média inc., *Le Devoir* inc., Postmedia Network). Finalement, les éditions du samedi ont été sélectionnées pour tous les journaux, car selon une compilation du Centre d'études sur les médias (2017), il s'agit du tirage le plus lu.

Procédures

Les journaux en format papier ont été récupérés tous les samedis pendant la durée de l'étude à l'exception de *La Presse*. À cet effet, en 2013, l'application *La Presse+* voit le jour. Elle comprend la majorité des articles parus dans le journal papier ou le site Internet de *La Presse*. Elle est gratuite et disponible au quotidien au moyen d'un téléphone intelligent ou d'une tablette électronique. Comme *La Presse* n'est plus offerte en format papier depuis le 31 décembre 2017, *La Presse+* a donc été analysée. Qui plus est, les éditions n'étant disponibles sur l'application que pour une durée de soixante jours après leur publication, la base de données Eureka a permis d'avoir accès à l'ensemble des articles

en format .PDF. C'est donc trois journaux en format papier et un en édition électronique qui constitue la base de données.

Afin de tester nos prédictions, une analyse de contenu quantitative a été réalisée dans le cadre de notre mémoire. Cet outil méthodologique s'avère très populaire lorsqu'il est en question d'étudier le lien entre le genre et les médias (Rudy, Popova, & Linz, 2010). Dans le cadre de celle-ci, nous avons eu recours à la stratégie de codage suivante. Premièrement, le contenu des articles a été analysé en fonction des variables du genre de l'auteur, son sujet et si celui-ci apparaissait à la première page. Le genre de l'auteur a pu être déterminé par le nom de celui-ci. Si le nom n'était pas typiquement masculin ou féminin, une recherche sur Internet permettait de déterminer le sexe du journaliste, souvent au moyen d'une photographie ou d'une biographie de la personne trouvée sur les réseaux sociaux ou sur le site du journal en lui-même. Le genre de la source d'information (et des articles) a donc été codé à l'aide des rubriques suivantes : femme, homme, mixte (au moins un homme et une femme qui signe l'article), agences de presse (sans genre) ou inconnu. Deuxièmement, nous avons codé l'ensemble des articles comme provenant soit d'une source professionnelle (journalistes et agences de presse) ou bien de la rubrique « Lettres d'opinion ». À noter que certains auteurs de cette catégorie sont en fait des personnalités publiques. Ce sont des politiciens, des sportifs, des chefs gastronomiques, etc. Il ne s'agit pas de lecteurs inconnus, mais ils ne sont pas non plus des journalistes, c'est pourquoi ils sont classés avec les non-journalistes dans la catégorie lettres d'opinion. Par la suite, le sujet des articles a quant à lui été codé en s'inspirant des domaines d'information du GMMP (2015) soit la politique et le gouvernement, l'économie, la science,

l'environnement et la santé, les lois, crimes et violence, célébrités, arts et médias, sports, et autres (faits divers).

À noter que dans le cadre de cette étude, une distinction a été effectuée en séparant les sports des célébrités et des arts et médias contrairement au *Global Media Monitoring Project*. Cette distinction nous semblait importante compte tenu du cadre théorique qui guidait cette étude. En clair, les stéréotypes liés au genre et aux sports ne sont pas les mêmes que ceux liés au genre et aux arts. Aussi, les sports ont de nouveau été séparés selon la discipline, afin de savoir si les hommes et les femmes écrivent à propos des mêmes sujets ou si la croyance que les hommes écrivent sur les sports de « compétition » et les femmes sur des sports dits « spectacles » est vraie. Chaque sport qui a été répertorié avait sa catégorie, afin de voir lesquels reviennent le plus souvent et ceux qui sont plus écrits par les hommes ou les femmes. Les sports masculins et féminins ont donc été différenciés, afin de savoir si le genre du journaliste collait avec certains sports en particulier.

Troisièmement, l'analyse des articles des pages couvertures des quotidiens du samedi a aussi été réalisée à l'aide des stratégies de codage présentées précédemment. Finalement, une lecture des titres des articles et des lettres d'opinion et de leur contenu (le besoin échéant) a été entreprise afin de témoigner du contenu de l'actualité québécoise lors de la période à l'étude de notre corpus. De cette façon, chaque sujet ayant fait couler de l'encre a été analysé afin de déterminer si les hommes et les femmes étaient plus portés à écrire sur les mêmes sujets. Il nous apparaissait que cette dernière étape de notre analyse de contenu quantitative pouvait aider à avoir du sens quant au contenu des domaines de couverture médiatique et ainsi entrevoir si ceux-ci étaient plus agentiques ou communautaires.

Résultats

Avant d'expliquer comment nous allons exprimer nos résultats dans le cadre de notre mémoire, nous aimerions expliciter notre approche par rapport à la quantification de nos résultats. À ce sujet, étant donné la quantité de résultats que nous avons générée, nous avons pris la décision de présenter nos résultats d'une manière descriptive pour en faciliter leur consommation. Par contre, nous avons ajouté à la fin de ce mémoire une annexe qui fait état de statistiques non paramétriques. Le cas échéant, nous insérerons des notes de bas de page afin d'alerter le lecteur pour qu'il puisse aller consulter les analyses que l'on retrouve dans cette annexe.

Les résultats de ce mémoire sont donc exprimés en trois sections. Dans la première section, un portrait général des articles du samedi de notre corpus est exposé, et ce, en fonction du quotidien d'où ils proviennent et des auteurs qui produisent le contenu de la presse du samedi. L'objectif de cette première section est de témoigner s'il existe une surreprésentation masculine pour ce qui est des journalistes en nuancant celle-ci par le biais des agences de presse et pour les non-journalistes. La deuxième section fait état des résultats émanant de l'analyse des articles provenant de sources professionnelles d'information, de lettres d'opinion et des pages couvertures des quotidiens du samedi. Notons que pour cette deuxième section, les résultats sont décrits plus spécifiquement selon le domaine de couverture de l'article et le genre de la source d'information afin de tester le modèle d'Eagly et Karau (2002). Dans la dernière section, nous présentons des résultats en lien avec l'idée que le genre de l'éditeur influence ce qui est choisi comme publication ou comme élément faisant la une des journaux. Concluons cette mise en contexte de

l'organisation de nos résultats en spécifiant que nous exposerons aussi des résultats qualitatifs dans la deuxième partie de notre étude afin d'expliciter ceux-ci.

Portrait des auteurs des journaux québécois du samedi

Pendant la période de six mois durant laquelle les journaux du samedi ont été analysés, 14 355 articles se sont retrouvés dans ceux-ci. À cet égard, le nombre d'articles produits varie d'un journal à l'autre avec Le Journal de Montréal en tête de peloton suivi d'une manière presque égale de ceux de La Presse et du journal Le Devoir et vient au dernier rang celui de *The Montreal Gazette*. Aussi, les articles de notre échantillon d'articles du samedi sont signés par 1 896² auteurs, soit des journalistes et des non-journalistes. Le décompte total se traduit par 698 femmes, 1 082 hommes, 86 groupes mixtes, 27 agences de presse et trois inconnus (ces derniers n'ont pas pu être identifiés, car il s'agissait de lettres d'opinion signées par des initiales)³. À noter que certains journalistes ou agences de presse sont aussi présents dans plus d'un journal. Les non-journalistes, regroupant les lettres d'opinion ainsi que les points de vue de personnalités publiques, quant à eux, sont représentés par 552 auteurs. Dans le détail, nous dénombrons 179 femmes, 360 hommes⁴, 10 groupes mixtes ainsi que trois inconnus⁵, qui ont produit 601 articles au cours de la période étudiée. Finalement, certains auteurs de cette catégorie reviennent dans plus d'une édition du samedi ou même dans plus d'un journal. Seul Le Journal de Montréal n'a pas de section réservée aux lecteurs.

² Voir l'annexe 1 à ce sujet.

³ Étant donné le petit nombre pour ce qui est du genre « mixtes », nous limiterons notre interprétation des résultats aux journalistes féminins et masculins ainsi qu'aux agences de presse.

⁴ Voir l'annexe 1 à ce sujet.

⁵ Étant donné les petits nombres pour ce qui est du genre « mixtes » et « inconnus », nous limiterons notre interprétation des résultats aux non-journalistes masculins et féminins.

Afin de peaufiner le portrait général des données que nous venons d'esquisser, nous avons choisi de croiser les secteurs d'information associés au codage du genre de l'auteur d'un article avec le journal de provenance d'un article. Nous tenons à rappeler que cette analyse a été effectuée à titre exploratoire étant donné que la mission éditoriale, le format, la langue et le genre du rédacteur en chef diffèrent d'une publication à l'autre. Le nombre d'articles écrits le samedi fut aussi divisé par le nombre d'auteurs retrouvés dans chacun des secteurs d'information du genre de l'auteur afin de calculer la production des articles en fonction d'un ratio. L'objectif derrière ce calcul était de vérifier si les femmes, qui sont généralement moins présentes en tant que journalistes, produisent plus de textes que les hommes pour cette journée de la fin de semaine. Pour mieux le démontrer, prenons l'exemple de La Presse. Pendant la période étudiée, ce sont 175 hommes journalistes qui ont écrit 1165 articles, ce qui totalise un ratio de 6,7 articles chacun.

Dans l'absolu (voir le Tableau 1), peu importe qu'ils soient des journalistes ou des auteurs de lettres d'opinion (des non-journalistes), ce sont les hommes qui produisent le plus d'articles dans la presse du samedi. Aussi, il apparaît clairement que les agences de presse, quoique peu nombreuses, fournissent dans l'absolu près du tiers des articles dans La Presse+, Le Journal de Montréal et *The Montreal Gazette* du samedi. Pourtant, il nous semble important de relativiser ces résultats, et ce, en fonction de nos variables exploratoires.

Premièrement, lorsque l'on examine les résultats pour les journalistes dans le tableau 1, il est clair que la mission éditoriale d'un quotidien colore les données de notre étude. Par exemple, c'est dans Le Journal de Montréal que l'on retrouve le plus d'articles publiés pour la journée du samedi. C'est aussi dans Le Devoir, un journal à caractère

intellectuel, que les journalistes masculins publient le plus dans l'édition du samedi. De plus, un examen de nos données en fonction du format de l'édition du samedi révèle une plus grande proportion de journalistes masculins pour ce qui est des éditions du samedi format papier (Le Journal de Montréal, Le Devoir, *The Montreal Gazette*) que pour La Presse+ qui, elle, est diffusée sous un format numérique. C'est d'ailleurs dans La Presse+ qu'il est possible de constater une certaine équivalence en termes de production pour les journalistes masculins, féminins, et les agences de presse lors de cette journée de la fin de semaine.

Tableau 1 Les articles du samedi au Québec

Articles		La Presse+	Le Journal de Montréal	Le Devoir	<i>The Montreal Gazette</i>
Journalistes	Hommes	1165 36,9% 6,7	2258 44,7% 12,9	1757 54,3% 11,6	1051 45,5% 4,1
	Femmes	1068 33,8% 9,4	1259 24,9% 12,1	1025 31,7% 8,1	562 24,3% 2,9
	Mixtes	23 0,7% 1	36 0,7% 4,5	29 0,9% 1,2	24 1% 1,1
	Agences de presse	900 28,5% 100	1498 29,7% 166,4	424 13,1% 70,7	675 29,2% 56,3
Non-journalistes	Hommes	184 62,8% 1	0	93 73,8% 1,1	124 68,1% 1,2
	Femmes	103 35,2% 1	0	28 22,2% 1	55 30,2% 1,1
	Mixtes	6 2% 1	0	5 4% 1	0
	Inconnus	0	0	0	3 1,6% 1
Total		3449	5051	3361	2494

Notes : Le premier chiffre dans chacune des cases représente le nombre total d'articles écrits, le second le pourcentage par rapport aux autres sources d'information du même journal et le troisième correspond aux ratios, c'est-à-dire le nombre moyen d'articles écrits par chacun des journalistes.

Deuxièmement, notons que le profil des proportions de production pour les journalistes masculins, féminins et les agences de presse du quotidien *The Montreal Gazette* est similaire à celui dans Le Journal de Montréal pour l'édition du samedi. Dit autrement, pour le journal du samedi, ces deux quotidiens ont recours aux agences de presse beaucoup plus que les journalistes féminins. Ce résultat est d'ailleurs très intéressant parce que, malgré que le rédacteur en chef pour de *The Montreal Gazette* soit une femme,

ce quotidien semble avoir le même profil que celui d'un quotidien dirigé par un homme lors de sa journée de diffusion.⁶

Troisièmement, l'analyse de ratios de production pour les journalistes masculins, féminins et des agences de presse confirme les résultats présentés plus haut tout en les nuanciant. Les ratios de production sont évidemment plus élevés pour les agences de presse compte tenu du petit nombre d'agences de presse qui fournit, doit-on le rappeler, un très grand nombre d'articles aux différents quotidiens québécois du samedi. De plus, les ratios de production des journalistes masculins dépassent celui des journalistes féminins pour les journaux du samedi de notre corpus à l'exception de ceux de La Presse+ qui ne l'oublions pas, sont diffusés numériquement.

Finalement, les résultats associés aux non-journalistes semblent être le reflet de ceux que nous venons de présenter pour les journalistes. En clair, les lettres de lecteurs masculins sont plus choisies par les rédacteurs des trois quotidiens que celles de lectrices féminines. De plus, et ce sans grande surprise, le ratio de production pour les non-journalistes oscille autour de un. La production absolue des lettres d'opinion est donc tributaire de différents auteurs, mais surtout d'auteurs masculins.

Analyses en lien avec le modèle de la congruence des rôles (Eagly & Karau, 2002)

Dans le cadre de cette section des résultats, nous présentons les résultats du croisement entre le genre de l'information et le domaine de couverture d'un article ou d'une lettre d'opinion afin de vérifier s'il existe une association entre ces deux variables. Nos analyses à ce sujet sont étalées en trois parties, soit une pour la production journalistique,

⁶ Voir l'annexe 1 à ce sujet.

une autre pour les lettres d'opinion et enfin une dernière pour les pages couvertures. Rappelons que ce test du modèle d'Eagly et Karau (2002) a été réalisé à l'aide des secteurs d'information du GMMP (2015). À noter que nous exhiberons aussi nos résultats en fonction du journal où les articles ont été publiés afin de maintenir une cohérence analytique entre les différentes sections de notre mémoire.

Croisement entre le genre de l'information et le domaine de couverture d'un article

D'abord, précisons que les journalistes ont produit 13 754 articles dans la presse du samedi et que différentes tendances se dégagent de l'analyse du Tableau 2 en fonction des variables que l'on croise. À cet effet, lorsque l'on examine le croisement entre les secteurs d'information d'un article et le journal où l'on publie la nouvelle en question, pour tous les journaux, le nombre d'articles est le plus élevé dans trois secteurs de l'information soit *Célébrités, art et médias, Autres* et *Sports* (à l'exception du journal *Le Devoir*). Il est aussi clair que les journaux du samedi ne mettent pas tous l'accent sur les mêmes secteurs de l'information lorsque l'on considère le croisement entre le journal d'où provient la nouvelle et le secteur d'information traité dans celui-ci.

Tableau 2 Articles rédigés par les journalistes selon le secteur de l'information

Journalistes	La Presse+	Le Journal de Montréal	Le Devoir	The Montreal Gazette
Politique et gouvernement	H : 156 (36,7%) F : 82 (19,2%) M : 3 (0,7%) A : 185 (43,4%)	H : 255 (44,6%) F : 56 (9,8%) M : 0 A : 261 (45,6%)	H : 180 (48,9%) F : 98 (26,6%) M : 14 (3,8%) A : 76 (20,7%)	H : 115 (44,2%) F : 30 (11,5%) M : 16 (6,2%) A : 99 (38,1%)
Économie	H : 141 (38,6%) F : 74 (20,3%) M : 3 (0,8%) A : 147 (40,3%)	H : 197 (43,7%) F : 97 (21,5%) M : 0 A : 157 (34,8%)	H : 110 (41,5%) F : 29 (10,9%) M : 3 (1,1%) A : 123 (46,4%)	H : 99 (54,4%) F : 22 (12,1%) M : 3 (1,6%) A : 58 (31,9%)
Science, environnement et santé	H : 82 (55,8%) F : 46 (31,3%) M : 2 (1,4%) A : 17 (11,6%)	H : 60 (32,4%) F : 34 (18,4%) M : 4 (2,2%) A : 87 (47%)	H : 84 (44,4%) F : 81 (42,9%) M : 3 (1,6%) A : 21 (11,1%)	H : 56 (50,5%) F : 28 (25,2%) M : 1 (0,9%) A : 26 (23,4%)
Lois	H : 23 (60,5%) F : 8 (21,1%) M : 1 (2,6%) A : 6 (15,8%)	H : 23 (44,2%) F : 16 (30,8%) M : 0 A : 13 (25%)	H : 15 (42,9%) F : 14 (40%) M : 1 (2,9%) A : 5 (14,3%)	H : 25 (69,4%) F : 2 (5,6%) M : 0 A : 9 (25%)
Crimes et violence	H : 74 (30,2%) F : 69 (28,2%) M : 7 (2,9%) A : 95 (38,8%)	H : 163 (39,5%) F : 62 (15%) M : 3 (0,7%) A : 185 (44,8%)	H : 25 (21,4%) F : 47 (40,2%) M : 1 (0,9%) A : 44 (37,6%)	H : 76 (38,4%) F : 21 (10,6%) M : 3 (1,5%) A : 98 (49,5%)
Célébrités, arts et médias	H : 251 (53%) F : 174 (36,7%) M : 0 A : 49 (10,3%)	H : 585 (42,9%) F : 552 (40,5%) M : 27 (2%) A : 200 (14,7%)	H : 1171 (64,7%) F : 577 (31,9%) M : 1 (0,1%) A : 62 (3,4%)	H : 209 (49,9%) F : 125 (29,8%) M : 0 A : 85 (20,3%)
Sports	H : 204 (39,5%) F : 5 (1%) M : 1 (0,2%) A : 306 (59,3%)	H : 527 (59,7%) F : 9 (1%) M : 0 A : 347 (39,3%)	H : 24 (28,2%) F : 2 (2,4%) M : 0 A : 59 (69,4%)	H : 258 (51,8%) F : 20 (4%) M : 0 A : 220 (44,2%)
Autres	H : 234 (24,8%) F : 610 (64,6%) M : 6 (0,6%) A : 95 (10,1%)	H : 448 (39,6%) F : 433 (38,3%) M : 2 (0,2%) A : 248 (21,9%)	H : 148 (40,5%) F : 177 (48,5%) M : 6 (1,6%) A : 34 (9,3%)	H : 213 (35%) F : 314 (51,6%) M : 1 (0,2%) A : 80 (13,2%)
Total	3156	5051	3235	2312

Note : Les plus hauts pourcentages sont en caractère gras

Par exemple, lorsque l'on compare le nombre d'articles rédigés dans le journal Le Devoir avec celui paru dans Le Journal de Montréal pour le secteur *Sports*, il est clair que l'accent mis sur le sport le samedi n'est pas le même dans ces deux journaux. En lien avec

ce qui précède, il est aussi très clair que l'utilisation des agences de presse comme contributeurs de l'édition du samedi diffère d'un journal à l'autre, et ce, en fonction du secteur de l'information des articles publiés dans les différents journaux à l'étude (qui elle semble tributaire de sa ligne éditoriale). À titre d'illustration pour ce constat, *Le Devoir* a moins recours aux agences de presse pour garnir les pages de leur journal du samedi que les trois autres quotidiens du Québec à l'étude lorsque vient le temps de traiter des questions sur la politique et le gouvernement. Par contre, il est possible de noter que pour le secteur d'information *Sports*, l'inverse est vrai pour ce quotidien. La contribution des agences de presse pour *La Presse+* est quant à elle importante le samedi, et ce, de manière très surprenante pour le sport.

Quant à l'association entre le genre de l'auteur d'un article et le secteur d'information que celui-ci traite, pour presque tous les secteurs d'information que l'on retrouve dans notre échantillon, ce sont les hommes ou les agences de presse qui génèrent le plus d'articles le samedi, et ce, tous journaux confondus⁷. Cependant, les femmes journalistes sont les plus productives dans certains secteurs d'information, soit *Crimes et violence* dans *Le Devoir*, ainsi que dans le domaine de couverture *Autres* pour trois des quatre journaux (*La Presse+*, *Le Devoir*, *The Montreal Gazette*). En ordonnant les proportions d'articles écrits par les journalistes masculins et féminins en fonction des secteurs d'information dont il est en question dans les articles, il devient possible d'analyser plus finement comment les secteurs de l'information s'associent à l'intérieur des deux groupes de journalistes. À ce sujet, chez les journalistes féminins, nos résultats indiquent que c'est pour les secteurs d'information *Autres* que les proportions sont les plus

⁷ Voir l'annexe 1 à ce sujet.

élevées tandis que la proportion la plus faible pour la production d'articles porte sur le sport. Pour ce qui est des autres secteurs de l'information, le positionnement de leur proportion varie en fonction du journal. Chez les journalistes masculins, l'ordonnancement des proportions varie d'un journal à l'autre. Par exemple, pour Le Journal de Montréal, la plus élevée est pour le secteur d'information traitant des *Sports* tandis que la plus faible est pour le secteur d'information portant sur les *Crimes et violence*.

En lien avec les résultats que nous venons tout juste de présenter à propos de l'association entre le genre et le secteur d'information abordé par un article publié le samedi, nous avons effectué un travail de codage qualitatif supplémentaire afin de préciser les sujets qui ont permis de classifier les articles selon les secteurs d'information du GMMP (2015). Il est important de mentionner que de nombreux sujets ont été identifiés lors de ce premier travail de codage des quotidiens du samedi. Aux fins de cette partie du mémoire, nous avons répertorié seulement ceux qui contenaient le plus d'articles ou ceux pour lesquels les écarts entre les hommes et les femmes étaient les plus probants d'un point de vue qualitatif étant donné que nous évaluons des idées théoriques en lien avec les rôles sociaux (Eagly, 1987, Eagly & Karau, 2002).

Comme il a été possible de le remarquer antérieurement, le secteur d'information *Politique et gouvernement* a fait couler beaucoup d'encre le samedi. En ce sens, 42 articles signés par des femmes, pour 166 par des hommes, soit près de quatre fois plus, se sont attardés sur la politique québécoise et, plus précisément, sur le gouvernement de François Legault. Le gouvernement de Justin Trudeau et du Parti Libéral du Canada a, quant à lui, fait l'objet de 41 articles écrits par des femmes comparativement à 87 par les hommes. La politique américaine a stimulé l'écriture de 21 articles réalisés par des femmes et 75 articles

du côté des hommes. La politique internationale a récolté 32 articles pour les femmes comparativement à 81 pour les hommes. Finalement, la Ville de Montréal, plus présente que les autres villes du Québec dans les quotidiens du samedi, a été couverte 19 fois par des femmes pour 39 couvertures par des hommes.

De grandes différences sont ressorties lors du codage en ce qui concerne le secteur de l'*Économie*. Le Journal de Montréal propose un article rédigé par une femme pratiquement chaque semaine sur comment économiser à l'épicerie, communément appelé le *couponnage*. Ainsi, ce sont 25 articles sur les aubaines de la semaine qui ont été écrits par une femme et aucun par un homme. Également, les femmes parlent beaucoup d'endettement dans les journaux du samedi, soit 20 articles pour seulement cinq rédigés par des hommes. Par contre, les hommes parlent d'investissement, c'est-à-dire 60 articles comparés à seulement deux pour les femmes. Finalement, en regroupant les grandes entreprises du Québec telles que la Caisse de dépôt, Bombardier, Desjardins, Hydro-Québec et SNC-Lavalin, nous constatons que 10 articles ont été signés par des femmes et 99 articles par des hommes.

Le secteur *Science, environnement et santé* se caractérise par différents sujets comme la question des changements climatiques qui a engendré 11 articles écrits par des femmes et 14 par des hommes. L'environnement, soit tout ce qui touche à l'écologie et la protection de l'environnement, a été mentionné dans un seul article par une femme tandis que trois hommes en ont parlé dans leur article. Le mouvement étudiant sur le climat a permis à neuf femmes et 26 hommes de rédiger des papiers. Les recherches sur la santé ont été dominées par les hommes, qui ont réalisé 23 articles sur le sujet pour seulement trois

par des femmes. Finalement, les technologies et l'intelligence artificielle ont incité l'écriture de 27 articles par des femmes pour 95 par des hommes.

Le secteur des *Lois* est le plus petit du codage, se recoupant la plupart du temps avec la politique. Toutefois, il a souvent été question de plusieurs projets de loi, dont celui sur la laïcité qui a généré 27 articles par des femmes pour 70 articles par des hommes. Le projet de loi 17 sur les taxis a fait l'objet d'un article écrit par une femme et de deux par des hommes. Finalement, la question du registre des armes à feu a entraîné la production d'un nombre identique d'articles pour les femmes et les hommes soit de trois par genre.

Les journalistes ont aussi couvert de multiples sujets dans le domaine d'information *Crimes et violence*, qui regroupait plusieurs sujets variés. Les agressions sexuelles et les violences sexuelles, comprenant les allégations envers le Vatican, ont engendré la production de 21 articles écrits par des femmes et de 24 articles par des hommes, soit une quasi-équité entre les deux genres. Cette tendance n'est toutefois pas répétée quand il est question d'arrestations, car pour quatre articles écrits par des femmes, 16 ont été produit par des hommes. Les deux procès les plus médiatisés, soit celui d'Alexandre Bissonnette, le tueur de la mosquée de Québec, et celui de la compagnie SNC-Lavalin, ont été traités dans le cadre de 13 articles rédigés par des femmes contrairement à 29 articles par des hommes. Les attentats, tels que celui qui s'est produit en Nouvelle-Zélande, ont mené à la conception de 16 articles écrits par des femmes et 36 par des hommes. La Direction de la Protection de la Jeunesse, aussi appelée DPJ, a permis à six femmes et 14 hommes de s'exprimer sur le sujet de la petite fille décédée à Granby et les conséquences des enfants maltraités. Finalement, le dossier des femmes et des filles autochtones disparues et

assassinées a généré beaucoup plus d'articles par des femmes, soit 10 articles, comparativement à un seul rédigé par un homme.

En ce qui concerne les *Célébrités, arts et médias*, notons que le contenu de 301 articles a été codé à plusieurs reprises. Ce nombre d'articles s'explique par le fait que les critiques des films revenaient plus d'une semaine, dépendamment le temps qu'ils étaient à l'affiche. En ce sens, le cinéma a donc fait couler beaucoup d'encre, soit 167 articles écrits par des femmes et 331 par des hommes. Les émissions de télévision à l'affiche durant la période de notre étude ont aussi été commentées 154 fois par des femmes et 128 fois par des hommes. Les critiques de livres et sorties littéraires ont signé 259 articles par des femmes et 275 par les hommes. Le traitement du sujet de la musique a été dominé par les hommes (107 articles par des femmes pour 368 par des hommes). Le traitement du sujet du théâtre est plus féminin, avec 79 articles rédigés par des femmes pour 48 par des hommes. Un fait est intéressant à souligner dans ce domaine de couverture médiatique. Lors de portraits, que ce soit pour des auteurs/autrices, humoristes hommes ou femmes, animateur/animateur, chanteur/chanteuse, etc., la majorité du temps, ce sont les femmes qui écrivent à propos des femmes et les hommes à propos des hommes. Par exemple, les femmes ont écrit 13 articles pour des animatrices, alors que les hommes seulement quatre fois. Même chose pour les autrices, qui ont fait 85 fois l'objet d'un article écrit par une femme pour seulement 30 articles écrits par un homme.

Les *Sports* sont de loin le secteur d'information où l'on retrouve le plus d'écart entre les hommes et les femmes. Seulement 3,4% des articles de sports ont été écrits par des femmes, si on exclut les agences de presse. Même les sports pratiqués par des femmes, dont l'évènement de la Coupe du monde féminine de la FIFA, n'a eu qu'un seul article

écrit par une femme, pour quatorze rédigés par des hommes. Le même constat peut se faire avec la boxeuse québécoise Marie-Ève Dicaire, qui n'a eu aucun article signé par une femme, mais huit par des hommes. Les seuls sports où les femmes ont eu à rédiger plus de deux articles sont le hockey masculin (neuf articles), le hockey féminin (deux articles), et le basketball masculin (cinq articles). En comparaison, les hommes ont parlé 406 fois de hockey masculin, neuf fois de hockey féminin, et 35 fois de basketball masculin.

Du côté du secteur d'information *Autres*, le courrier du cœur est présent 26 fois comme sujet. Il est uniquement écrit par des femmes. Le sujet de l'alimentation (la section gourmande des journaux) est majoritairement féminin, avec 426 articles rédigés par des femmes pour 239 par des hommes. Le thème de l'immobilier récolte 96 articles pour les femmes tandis que les hommes n'en ont que 30. La maison et tout ce qui concerne la décoration suscitent la production de 422 articles par des femmes et 192 par des hommes. Les articles sur le voyage suivent la même tendance, soit 387 articles rédigés par des femmes et 259 par des hommes. Seul le guide de l'auto retient l'attention du côté masculin dans ce secteur d'information, totalisant 106 articles, dont un seul est écrit par une femme.

Les lettres d'opinion

Nous tenons à souligner que nous avons appliqué la même logique d'analyse pour les lettres d'opinion ou commentaires de personnalités publiques que pour les journalistes. À noter qu'il n'y a aussi que trois journaux dans le cadre de cette analyse, Le Journal de Montréal n'ayant pas de section réservée aux lettres d'opinion. Tout comme dans la section précédente, nous avons donc croisé le genre du journaliste avec la sphère de couverture de la lettre afin de vérifier s'il existait une association entre ces deux variables, et ce, pour les

trois journaux qui possédaient la section en question (voir le Tableau 2). Par contre, comme le nombre de lettres d'opinion est parfois très petit, nous tenons à mentionner que nous avons limité nos résultats qualitatifs à ceux qui étaient les plus saillants en termes d'écart entre les hommes et les femmes.

Tableau 3 Articles rédigés par les non-journalistes selon le secteur d'information

Non-journalistes	La Presse+	Le Devoir	The Montreal Gazette
Politique et gouvernement	H : 92 (68,7%) F : 40 (29,9%) M : 2 (1,4%) I : 0	H : 37 (71,2%) F : 11 (21,2%) M : 4 (7,7%) I : 0	H : 51 (68%) F : 23 (30,7%) M : 0 I : 1 (1,3%)
Économie	H : 25 (75,8%) F : 8 (24,2%) M : 0 I : 0	H : 7 (70%) F : 3 (30%) M : 0 I : 0	H : 6 (75%) F : 2 (25%) M : 0 I : 0
Science, environnement et santé	H : 28 (50%) F : 27 (48,2%) M : 1 (1,8%) I : 0	H : 7 (70%) F : 3 (30%) M : 0 I : 0	H : 8 (47,1%) F : 9 (52,9%) M : 0 I : 0
Lois	H : 13 (76,5%) F : 4 (23,5%) M : 0 I : 0	H : 19 (76%) F : 6 (24%) M : 0 I : 0	H : 25 (73,5%) F : 9 (26,5%) M : 0 I : 0
Crimes et violence	H : 1 (20%) F : 3 (60%) M : 1 (20%) I : 0	H : 8 (100%) F : 0 M : 0 I : 0	H : 8 (72,7%) F : 3 (27,3%) M : 0 I : 0
Célébrités, arts et médias	H : 16 (51,6%) F : 13 (41,9%) M : 2 (6,5%) I : 0	H : 5 (62,5%) F : 2 (25%) M : 1 (12,5%) I : 0	H : 3 (60%) F : 2 (40%) M : 0 I : 0
Sports	H : 1 (100%) F : 0 M : 0 I : 0	H : 2 (66,7%) F : 1 (33,3%) M : 0 I : 0	H : 4 (80%) F : 0 M : 0 I : 1 (20%)
Autres	H : 8 (50%) F : 8 (50%) M : 0 I : 0	H : 8 (80%) F : 2 (20%) M : 0 I : 0	H : 19 (70,3%) F : 7 (26%) M : 0 I : 1 (3,7%)
Total	293	126	182

Note : les plus hauts pourcentages sont en caractère gras

Comme il est possible de le remarquer dans le Tableau 3, les non-journalistes, pendant les vingt-six samedis où les journaux ont été codés, ont produit un total de 601 articles. Lorsque l'on examine le croisement entre les secteurs d'information d'une lettre d'opinion et le journal où l'on publie la nouvelle en question, pour tous les journaux, le nombre de lettres d'opinion est le plus élevé dans le secteur d'information de la *Politique et gouvernement*. Il est aussi clair que les journaux mettent peu l'accent sur les lettres d'opinion qui touchent au sport.

Quant à l'association entre le genre de l'auteur d'une lettre d'opinion et le secteur d'information que celle-ci traite, 21 des 24 cellules de notre tableau sont dominées par une production masculine⁸. D'ailleurs, les femmes, ne sont les premières qu'à deux reprises, soit avec une mince avance d'un article en *Science, environnement et santé* dans le *The Montreal Gazette*, et dans la section *Crimes et violence* de La Presse+. En clair, à quelques exceptions près, pour presque tous les secteurs d'information que l'on retrouve dans les lettres d'opinion, ce sont les hommes qui génèrent le plus de lettres d'opinion le samedi, et ce, pour les trois journaux à l'étude⁹.

Pour ce qui est de notre codage qualitatif à l'égard des sujets des lettres d'opinion publiées le samedi, quelques similitudes avec les résultats de celui effectué avec les journalistes ont été remarquées. Par exemple, les lettres d'opinion pour le secteur d'information *Politique et gouvernement* étaient majoritairement signées par un homme. En ce sens, en lien avec le sujet du gouvernement Legault, 14 lettres d'opinion ont été écrites par des femmes et 36 rédigées par des hommes. La même tendance est vraie pour

⁸ Voir l'annexe 1 à ce sujet.

⁹ Nous n'avons pas tenté d'effectuer un ordonnancement à l'intérieur des auteurs masculins et féminins compte tenu du petit nombre de lettres d'opinion dans certaines des cellules de notre tableau qui rendait le travail d'interprétation hasardeux.

les lettres d'opinion à propos du gouvernement Trudeau (8 lettres par des femmes et 22 par des hommes). Finalement, la Ville de Montréal a fait parler d'elle dans 13 lettres écrites par des femmes comparativement à 35 du côté des hommes. En *Économie*, les deux seuls sujets ayant récolté plus de dix lettres d'opinion sont la compagnie SNC-Lavalin, avec deux lettres d'opinion écrites par des femmes et 11 par des hommes, et les exportations d'électricité, avec trois rédigées par des femmes et neuf par des hommes.

Les sujets traités pour le secteur d'information *Science, environnement et santé* concernaient, entre autres, les infirmières et infirmiers du Québec qui a permis à quatre femmes et huit hommes de débattre sur le sujet à l'aide de lettres d'opinion ainsi que le métro de Montréal, qui a fait l'objet d'un dossier, récoltant trois contributions par des femmes et 11 par des hommes. Quant au secteur d'information *Lois*, seul le projet de loi sur la laïcité a retenu l'attention des non-journalistes, qui ont réalisé 65 lettres d'opinion sur le sujet, soit 15 par des femmes et 50 par des hommes. Aucun sujet dans secteur d'information *Crimes et violence* n'atteint les dix articles, mais les deux thèmes revenant le plus souvent sont la Direction de la Protection de la Jeunesse (DPJ), avec quatre lettres d'opinion par des femmes et une par un homme, et le procès SNC-Lavalin, qui a été commenté par six lettres d'opinion écrites par des hommes seulement.

Seul un sujet dans *Célébrités, arts et médias* a fait réagir les gens pour produire plus de deux articles, soit la campagne de contribution volontaire qu'a lancée à l'hiver 2019 La Presse. Les femmes ont commenté 12 fois la nouvelle tandis que les hommes 13 fois. En *Sports*, il n'y a aucun sujet de plus d'un article. Toutefois, il est intéressant de voir que le seul article où une femme a écrit sur le sujet est l'agressivité et les insultes dans le sport. Les hommes eux, ont écrit, entre autres, à propos des batailles au hockey, de la Ligue

Nationale de Hockey (LNH), des Canadiens de Montréal, du retour des Expos et de Bianca Andreescu, une joueuse de tennis canadienne. Finalement, le secteur d'information *Autres* a été abordé par quatre lettres ou plus pour seulement trois sujets différents. La circulation a fait réagir une femme et trois hommes, la langue a fait débattre cinq femmes et six hommes et certains enjeux météorologiques sont à égalité avec trois articles par des femmes et trois articles par des hommes.

Les pages-titres

Pendant la période de notre étude, 104 journaux du samedi ont été analysés contenant un ou plusieurs articles sur la première page (voir le Tableau 4). Ce sont 406 articles qui ont été répertoriés sur la page-titre du samedi, soit une moyenne d'environ quatre articles par pages-titres. De ce nombre, il est possible de voir qu'un peu plus de 60% des articles proviennent des hommes, alors que seulement 31% ont été rédigés par des femmes. De plus, les agences de presse et les groupes mixtes sont très peu représentés dans les unes du samedi. Les secteurs de l'information sont majoritairement dominés par les hommes, alors que seulement l'*Économie* du *The Montreal Gazette*, *Sciences, environnement et santé* dans La Presse+ et Le Journal de Montréal, les *Crimes et violence* dans Le Devoir, et le secteur d'information *Autres* de La Presse+ ont plus d'articles écrits par des femmes. Notons une domination complète des hommes pour les *Sports*, ayant l'ensemble des articles de leur plume, à l'exception de deux papiers signés par des agences de presse dans La Presse+. Le secteur d'information *Célébrités, arts et médias*, habituellement plus équitable à l'intérieur des journaux, est également majoritairement masculin pour ce qui est des unes. Même chose du côté de *Politique et gouvernement*, avec

une nette avance des hommes. Les groupes mixtes et les agences de presse sont quasi inexistantes, ne dominant aucun des secteurs de l'information.

Tableau 4 Les unes du samedi

Journalistes	La Presse+	Le Journal de Montréal	Le Devoir	<i>The Montreal Gazette</i>
Politique et gouvernement	H : 7 (63,6%) F : 4 (36,4%) M : 0 A : 0	H : 5 (55,6%) F : 4 (44,4%) M : 0 A : 0	H : 16 (61,5%) F : 6 (23,1%) M : 4 (15,4%) A : 0	H : 4 (66,7%) F : 2 (33,3%) M : 0 A : 0
Économie	H : 9 (90%) F : 0 M : 0 A : 1 (10%)	H : 4 (100%) F : 0 M : 0 A : 0	H : 6 (85,7%) F : 1 (14,3%) M : 0 A : 0	H : 1 (25%) F : 3 (75%) M : 0 A : 0
Science, environnement et santé	H : 1 (11,1%) F : 7 (77,8%) M : 1 (11,1%) A : 0	H : 4 (36,4%) F : 5 (45,5%) M : 1 (9,1%) A : 1 (9,1%)	H : 9 (52,9%) F : 6 (35,3%) M : 0 A : 2 (11,8%)	H : 3 (60%) F : 2 (40%) M : 0 A : 0
Lois	H : 0 F : 0 M : 0 A : 0	H : 0 F : 0 M : 0 A : 0	H : 2 (66,7%) F : 1 (33,3%) M : 0 A : 0	H : 4 (100%) F : 0 M : 0 A : 0
Crimes et violence	H : 10 (62,5%) F : 4 (25%) M : 1 (6,3%) A : 1 (6,3%)	H : 11 (68,8%) F : 4 (25%) M : 1 (6,3%) A : 0	H : 2 (15,4%) F : 11 (84,6%) M : 0 A : 0	H : 5 (71,4%) F : 0 M : 0 A : 2 (8,6%)
Célébrités, arts et médias	H : 16 (66,7%) F : 8 (33,3%) M : 0 A : 0	H : 4 (57,1%) F : 2 (28,6%) M : 0 A : 1 (14,3%)	H : 33 (60%) F : 22 (40%) M : 0 A : 0	H : 24 (85,7%) F : 4 (14,3%) M : 0 A : 0
Sports	H : 10 (83,3%) F : 0 M : 0 A : 2 (16,7%)	H : 9 (100%) F : 0 M : 0 A : 0	H : 3 (100%) F : 0 M : 0 A : 0	H : 19 (100%) F : 0 M : 0 A : 0
Autres	H : 4 (19%) F : 12 (57,1%) M : 2 (9,5%) A : 3 (14,3%)	H : 5 (62,5%) F : 2 (25%) M : 0 A : 1 (12,5%)	H : 8 (44,4%) F : 6 (33,3%) M : 3 (16,7%) A : 1 (5,6%)	H : 12 (50%) F : 11 (45,8%) M : 0 A : 1 (4,2%)
Total	103	64	142	97

Note : les plus hauts pourcentages sont en caractère gras

Terminons l'analyse du Tableau 4 en mentionnant que le nombre des unes diffère d'un journal à l'autre. À ce sujet, Le Journal de Montréal y présente moins de unes que les trois autres quotidiens du samedi. Aussi, il semble que l'accent soit mis sur le secteur d'information *Célébrités, arts et médias* par la majorité des quotidiens québécois du samedi.

Discussion

Deux grandes hypothèses animaient la réalisation de ce mémoire, soit celle selon laquelle les proportions de journalistes masculins et féminins établies par de la Garde (1975) et Dubois (1988) seraient similaires aux proportions recueillies dans notre étude et celle selon laquelle les journalistes féminins et masculins devraient rédiger dans des secteurs pour lesquelles les attentes sont conformes avec leur genre pour ce qui est des médias écrits du samedi (Eagly & Karau, 2002). Nous avons aussi postulé que cette logique tiendrait la route pour ce qui est de faire la première page d'un journal en tant que journaliste et pour les lecteurs qui soumettent une lettre d'opinion à un journal.

Concernant l'hypothèse selon laquelle il devrait y avoir une surreprésentation des journalistes masculins dans la production des quotidiens du samedi pour ce qui est du contenu général et des pages couvertures, les résultats présentés dans ce mémoire concordent avec ceux des chercheurs s'étant attardés à la présence des journalistes masculins et féminins dans les journaux québécois (de la Garde 1975, Dubois, 1988, *GMMP*, 2015). Cette surreprésentation masculine dans les journaux du samedi du Québec est aussi vraie pour ce qui est de la production de lettres d'opinion; un résultat qui reproduit ceux de Singletary et Cowling (1979), Cooper et al. (2009) et Perrin (2016). De plus, pour ce qui est de notre deuxième hypothèse, non seulement y a-t-il moins de femmes (journalistes et non-journalistes) qui participent à la production d'articles dans les journaux du Québec et qui sont moins présentes sur les pages couvertures, mais elles sont affiliées à des catégories d'articles stéréotypées à leur genre, telles que la culture, la santé, l'éducation, la décoration, et la section gourmande. Elles sont également quasi inexistantes

en sport, et la production des hommes en politique et en économie est plus grande que la leur. En somme, les résultats quantitatifs et qualitatifs de notre mémoire confirment la théorie des rôles sociaux d'Eagly (1987) et celle de la congruence des rôles d'Eagly et Karau (2002) pour ce qui est de la présence des femmes et des hommes dans les médias écrits québécois.

À première vue, cette étude semble en être qu'une parmi tant d'autres qui confirme la sous-représentation des femmes dans les médias en général et que les femmes produisent de l'information en fonction de leur genre (Collins, 2011; Rudy et al., 2010). Pourtant, il semble important de se questionner à savoir si les écarts retrouvés entre les hommes et les femmes dans ce mémoire sont dus à ce qui se passe tout simplement dans la vraie vie ou au contraire à une forme de discrimination (Rudy et al., 2010). Oggins (2014) explique que le domaine de prédilection des hommes et des femmes pourrait influencer les rédacteurs en chef afin qu'ils choisissent le genre dédié à un domaine bien précis. Bien que cette suggestion soit fidèle à la théorie de la congruence des rôles sociaux (Eagly & Karau, 2002), Oggins (2014) précise aussi qu'il est important de considérer que cette sélection puisse être l'objet d'un favoritisme face aux membres de son groupe (Tajfel & Turner, 1986). À cet égard, il est clair que nous avons eu recours dans ce mémoire à des modèles qui se cantonnent résolument dans le camp selon lequel les médias sont un reflet de la culture pour étudier la présence des femmes et des hommes dans les médias écrits québécois du samedi. Ce choix fait donc en sorte que nos résultats participent à la création d'un discours en faveur de cette position théorique et non à celui du féminisme. Force est de mentionner que l'interprétation de nos résultats nécessite d'être justifiée à la lumière de

celle de l'identité sociale ou du féminisme, car il est possible de la remettre en question pour différentes raisons qui sont explicitées ci-dessous.

Étant donné l'écart entre les pourcentages de production des hommes et des femmes dans ce mémoire, un chercheur adoptant une vision féministe pourrait (et selon nous, avec raison) interpréter les résultats comme une preuve qu'il existe de la discrimination à l'égard des femmes dans les journaux québécois du samedi. Un chercheur partisan de la théorie de l'identité sociale pourrait quant à lui s'identifier à son endogroupe et tenter de favoriser les membres de celui-ci. Il est clair que c'est une possibilité, mais comment tient-elle la route à la lumière du fait que dans notre corpus, deux rédacteurs en chef étaient des femmes (*Le Devoir* et *The Montreal Gazette*)? Nous devons admettre que nous n'avons pas comparé les contributions féminines et masculines dans ces journaux en fonction du genre du rédacteur, et ce, parce que le genre de celui-ci était confondu avec la langue du journal et sa ligne éditoriale. Par contre, ce que les résultats de ce mémoire indiquent est que, peu importe que le rédacteur en chef soit une femme ou un homme, le patron des pourcentages de production en fonction des domaines des articles de journaux semble être sensiblement le même. Cette tendance est aussi vraie lorsque l'on examine qui fait la première page et qui est sélectionné pour une lettre d'opinion. Finalement, les données de notre mémoire semblent indiquer que la ligne éditoriale d'un journal est plus importante que le sexe du rédacteur en chef de celui-ci. Comme il a été possible de le constater, les différents journaux québécois de notre corpus du samedi ont « leur couleur », confirmant les propos de Cornellier (2013). En ce sens, les journaux n'ont pas le même nombre d'articles pour les mêmes secteurs d'information. Alors que *Le Journal de Montréal* est très tourné vers le secteur des *Sports*, *Le Devoir* est quant à lui davantage centré sur le secteur *Politique et*

gouvernement, ainsi que l'*Économie*. La Presse+ ainsi que *The Montreal Gazette* touchent un peu plus à tout, mais laissent un grand espace pour les lettres d'opinion, ce que Le Journal de Montréal ne fait pas du tout.

Le fait d'avoir considéré la contribution des agences de presse dans la production de contenu du samedi dans les journaux québécois vient également apporter un regard différent sur les perspectives théoriques que nous tentons de contraster en lien avec les résultats de ce mémoire. Lorsque la contribution des agences de presse est considérée, pour certains journaux du Québec, c'est presque 30% de l'information qui provient de cette source le samedi. À notre connaissance, ce résultat est le premier à baliser la quantité d'information qui provient de cette source d'information asexuée et celui-ci semble appuyer les propos de Brin et St-Pierre du Centre d'études sur les médias (2013). Il semblerait que les médias tels que La Presse et Le Journal de Montréal aient vu leurs effectifs diminuer ces dernières années, notamment à cause des agences de presse comme La Presse canadienne ou l'Agence QMI et de l'emploi de pigistes, soit des journalistes qui ne sont pas rattachés à un journal en particulier, car ils produisent des articles à moindres coûts. Ces résultats semblent témoigner de l'impact de la crise des médias au Québec sur la gestion qu'un rédacteur en chef doit faire de son journal. Par exemple, Le Devoir, se concentrant sur la politique et l'économie, préfère prendre les articles des agences de presse pour le secteur des Sports, plutôt que de dépêcher un journaliste pour relater la nouvelle en lien avec ce secteur de l'information.

À la lumière des résultats obtenus en lien avec les agences de presse, il devient clair que la contribution des journalistes féminins et masculins n'est pas aussi simple que de dire qu'il y a une surreprésentation de journalistes masculins dans le monde médiatique écrit

québécois. N'ayant pas de seuil comparatif avec les années antérieures, force est d'admettre qu'il est difficile de qualifier la contribution des agences de presse dans les quotidiens québécois du samedi et son effet sur la production féminine et masculine dans les quotidiens québécois du samedi. Pourtant, d'un point de vue féministe, il semble légitime de se demander si cette information asexuée est produite par des femmes, et ce, à bon marché. De futures études devront donc se pencher sur cette question afin de comprendre si les journalistes féminins sont victimes de discrimination systémique (elle se retrouve dans des agences de presse et produisent de l'information de manière anonyme) ou bien si leur contribution et celle des hommes sont conformes aux attentes du modèle d'Eagly et Karau (2002).

Considérer la contribution des non-journalistes dans les médias écrits du Québec du samedi offre aussi un regard différent quant à savoir si les résultats de ce mémoire sont un reflet de la culture québécoise ou de la discrimination envers les femmes. Plus précisément, si l'on compare la production masculine et féminine des non-journalistes avec la contribution des journalistes masculins et féminins, un constat pour le moins surprenant apparaît. Clarifions d'emblée que les agences de presse ne fournissent pas de lettres au courrier du lecteur, ce qui a pour effet que les éléments qui composent les seuils de comparaison entre les journalistes et les non-journalistes ne sont pas les mêmes. Il semble donc très important de comparer des pommes avec des pommes et des oranges et avec des oranges. Nonobstant, et sans surprise, la contribution totale des sources professionnelles d'information est plus élevée que celle des hommes et des femmes qui soumettent du courrier au lecteur. Néanmoins, ce que nos résultats révèlent est que, peu importe le genre, la proportion de ce que contribue les non-journalistes au quotidien du samedi est beaucoup

plus élevée que la contribution des journalistes. C'est d'ailleurs vrai pour les trois quotidiens du samedi qui publient des lettres d'opinion.

Relater le fruit de cette comparaison peut sembler étrange, car elle suggère que le rédacteur en chef favorise les non-journalistes plutôt que les membres de son personnel. Néanmoins, celle-ci met plutôt en relief l'impact des agences de presse sur les rédacteurs en chef qui doivent gérer des journaux possédant une rubrique pour les lettres d'opinion. Pour contrôler l'effet des agences de presse sur ce que produisent les non-journalistes et les journalistes le samedi dans les médias écrits québécois, il semble donc opportun de se rabattre sur la comparaison entre les unes et les lettres d'opinion que le rédacteur choisit de publier. Lorsque ce travail est effectué, il ne semble pas y avoir de favoritisme de la part du rédacteur en chef à l'égard des membres de son genre. D'ailleurs, la contribution des journalistes féminins et masculins et celle des non-journalistes masculins et féminins semblent conformes au modèle d'Eagly et Karau (2002), un résultat auquel nous avons déjà fait allusion.

Bien que nos résultats reproduisent ceux de plusieurs chercheurs et que ceux qui sont en lien avec les agences de presse soient particulièrement novateurs, ce mémoire comporte certaines limites qui peuvent avoir affecté la production des journalistes féminins et masculins ainsi que celle des femmes et des hommes qui envoient des lettres d'opinion aux journaux de notre corpus. Tout d'abord, le corpus de notre étude se limite à des quotidiens québécois qui proviennent de la région de Montréal. Lors d'une étude future, il serait important de vérifier s'il est possible de reproduire les résultats de notre mémoire avec les hebdomadaires et les quotidiens des autres régions du Québec. Étant donné que le tirage de ces journaux est moins grand et que la mission éditoriale de ceux-ci est différente

de celle des journaux montréalais, il est possible que cette situation affecte la production des journalistes féminins et masculins qui y contribuent. Qui plus est, il semble important de préciser que notre étude se réduit à l'étude des genres, ce qui a eu pour conséquence de restreindre l'étude de l'impact de certaines variables sociodémographiques comme la scolarité des journalistes, leur ancienneté et si ceux-ci sont issus de l'immigration (Bérubé, 2013). Aussi, le choix de l'édition du samedi s'est basé sur le fait qu'elle est l'édition la plus lue de la semaine ce qui fait en sorte que le test de nos hypothèses est lié à une seule journée de la fin de semaine. D'ailleurs, les journaux du samedi de notre corpus semblent plus orientés vers les activités culturelles et les contenus du secteur d'information *Autres* que ceux des autres journées de la semaine. À ce sujet, les cahiers *Gourmand*, *Décoration* et *Voyage*, bien qu'intéressant pour nos analyses, ne sont probablement pas dans les pages de ces journaux les autres journées dans la semaine. Également, notre corpus couvre une moitié d'année durant laquelle aucune campagne électorale n'a été menée ainsi qu'aucun Jeux Olympiques n'a eu lieu. Il faut aussi expliquer que certains articles étaient signés du nom du journaliste, mais que celui-ci, au lieu d'être rattaché au journal, était en fait relié à une agence de presse. Cela signifie que les données des agences de presse ne concernent que les articles qui n'étaient pas signés. Peut-être que les résultats de ce mémoire auraient dû être présentés sous la rubrique l'asexualisation de l'information? Il est possible de débattre de ce choix, mais il nous semble surtout pertinent de préciser que la contribution des agences de presse dans les quotidiens du samedi est sous-estimée. Finalement, il était relativement aisé de savoir dans quel secteur d'information chacun des articles devait être classé. La page où se situait l'article, le titre ainsi que les premières lignes du texte étaient tous des indices utiles au codage. Néanmoins, le fait qu'il n'y ait eu qu'une seule personne

qui codait le contenu des journaux de notre corpus a pu influencer les résultats de ce mémoire. De plus, certains articles auraient pu être placés dans plusieurs secteurs d'information à la fois, mais nous avons décidé de prendre le sujet principal de l'article comme thème général pour coder le domaine de celui-ci.

De plus amples recherches pourront pallier les limites que nous venons de mentionner plus haut. Ajoutons que les chercheurs qui s'intéressent à notre problématique devront s'attarder à clarifier si c'est la compétence d'un journaliste ou la discrimination à l'égard d'un groupe qui explique les résultats de ce mémoire, du moins pour ce qui est de la production des journalistes. D'ailleurs, à l'aide de méthodes qualitatives, des chercheurs pourraient interviewer des journalistes ainsi que des rédacteurs en chef afin de comprendre les asymétries notées dans les domaines d'information des journaux. À ce sujet, nous désirons être très clairs. En aucun temps nous croyons qu'il n'existe pas de la discrimination auprès d'un sexe ou d'un autre dans le domaine du journalisme. Nous précisons les deux sexes parce qu'il est possible que les hommes soient aussi victimes de discrimination dans le secteur du journalisme. En lien avec ce propos, Baumeister (2010) suggère qu'il est très important de considérer comment le féminisme influence l'interprétation des données comme les nôtres. Prenons à cet égard les résultats en lien avec la catégorie *Autres*. Comme nous l'avons précisé dans ce mémoire, le genre féminin y est beaucoup plus associé que celui du genre masculin. Cela dit, ne peut-on pas expliquer ces résultats comme étant de la discrimination auprès des hommes?

En guise de conclusion de ce mémoire, nous aimerions suggérer, et ce bien humblement, que des chercheurs considèrent employer notre manière de quantifier la production de l'information journalistique par genre et par domaine d'information. En ce

sens, nous croyons que celle-ci cadre bien avec la définition selon laquelle la culture est de l'information susceptible d'influencer le comportement d'un individu (Driscoll, 2017). Bien que nous devions admettre que ce serait un travail de codage extrêmement fastidieux à réaliser, il aiderait certainement à comprendre la culture d'un pays ainsi que son évolution à travers le temps. De plus, cette quantification de l'information produite dans les journaux pourrait être associée aux valeurs culturelles de différents pays (Schwartz, 1999) ou bien ses dimensions culturelles (Hofstede, 1980) afin de vérifier comment ces variables sont reliées. Par exemple, en lien avec les idées d'Hofstede (1980), ce sont dans les cultures où il existe une définition très précise des rôles que jouent les femmes et les hommes que l'on devrait retrouver que la production masculine dans les journaux est la plus grande.

Références

- Allport, G. W. (1958). *The nature of prejudice: Abridged*. Doubleday.
- Baumeister, R. F. (2010). *Is there anything good about men?: how cultures flourish by exploiting men*. Oxford University Press.
- Beere, C. A., King, D. W., Beere, D. B., & King, L. A. (1984). The Sex-Role Egalitarianism Scale: A measure of attitudes toward equality between the sexes. *Sex Roles*, 10(7-8), 563-576.
- Bernier, M. F. (2004). *Éthique et déontologie du journalisme*. Presses Université Laval.
- Bérubé, Farrah. 2013. « Production de contenu médiatique et pratiques professionnelles de journalistes issus de l'immigration au Québec » in Identités diasporiques et communication, sous la dir. de Christian Agbobli, Oumar Kane et Gaby Hsab, p. 121-134. Québec: PUQ.
- Blanchet-Godbout, Y. & Perreault, S. (2016). « Leadership : Une question de personnalité? ». Dans J. Luckerhoff (Éd.), *Médias et société: La perspective de la communication sociale*, (pp. 81-95). Presses de l'Université du Québec.
- Boumans, J., Trilling, D., Vliegenthart, R., & Boomgaarden, H. (2018). The agency makes the (online) news world go round: The impact of news agency content on print and online news. *International Journal of Communication*, 12, 1768–1789.
- Boyle, L. H., Whittaker, T. A., Eyal, M., & McCarthy, C. J. (2017). What really happens in quantitative group research? Results of a content analysis of recent quantitative research in JSGW. *The Journal for Specialists in Group Work*, 42(3), 243-252.
- Brin, C., & St-Pierre, M. (2013). *Crise des médias et effectifs rédactionnels au Québec*. Centre d'études sur les médias.
- Centre d'études sur les médias (2017). *La presse quotidienne*. <https://acart.com/wp-content/uploads/2013/04/pressequotidienne.pdf>
- Collins, R. L. (2011). Content analysis of gender roles in media: Where are we now and where should we go?. *Sex Roles*, 64(3-4), 290-298.
- Cooper, C., Knotts, H. G., & Haspel, M. (2009). The content of political participation: Letters to the editor and the people who write them. *PS: Political Science & Politics*, 42(1), 131-137.
- Cornellier, L. (2013). *Lire le Québec au quotidien*. Typo.

- Creswell, J. D., Lam, S., Stanton, A. L., Taylor, S. E., Bower, J. E., & Sherman, D. K. (2007). Does self-affirmation, cognitive processing, or discovery of meaning explain cancer-related health benefits of expressive writing?. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 33(2), 238-250.
- Crevier, G. (2013, 18 avril). Lancement de La Presse+. *La Presse* <https://plus.lapresse.ca/nouveautes/article-1.html>
- De La Garde, R. (1975). Profil sociodémographique des journalistes de la presse écrite québécoise. *Communication, Information Médias Théories*, 1(1), 31-52.
- Dorai, M. K. (1988). Qu'est-ce qu'un stéréotype?. *Enfance*, 41(3), 45-54.
- Driscoll, C. (2017). The evolutionary culture concepts. *Philosophy of Science*, 84(1), 35-55.
- Dubois, J. (1988). Les femmes et l'information. Etude statistique de la place des femmes dans les médias québécois. *Communication. Information Médias Théories*, 9(2), 111-122.
- Eagly, A. (1987). *Sex differences in social behavior: A social role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598.
- Eagly, A. H., Wood, W., & Johannesen-Schmidt, M. C. (2004). Social Role Theory of Sex Differences and Similarities: Implications for the Partner Preferences of Women and Men. Dans A. H. Eagly, A. E. Beall, & R. J. Sternberg (Eds.), *The psychology of gender* (p. 269-295). The Guilford Press.
- GMMP Global Media Monitoring Project (2015). Who makes the news? Canada. http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/national/Canada.pdf
- Guadagno, R. E., Muscanell, N. L., Okdie, B. M., Burk, N. M., & Ward, T. B. (2011). Even in virtual environments women shop and men build: A social role perspective on Second Life. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 304-308.
- Hessing, M. (2003). Green mail: The social construction of environmental issues through letters to the editor. *Canadian Journal of Communication*, 28(1), 25-42.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences : International differences in work-related values*. Belverly Hills, CA : Sage Publications.

- Huard, P. (2014) « Jeune industrie centenaire cherche vieux scientifiques barbus pour échanger point de vue ». Dans S. Perreault & Y. Laplante (Éds.), *Introduction à la communication sociale* (pp. 9-45). Les éditions SMG.
- Jobat.be (2013). Les 20 métiers les plus typiquement homme ou femme. <https://www.jobat.be/fr/articles/les-20-metiers-les-plus-typiquement-homme-ou-femme/>
- Klinkenberg, M. (2016). Le mauvais genre? Genre, sexe et société. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 2, 247-269.
- Knobloch-Westerwick, S., Glynn, C. J., & Huge, M. (2013). The Matilda effect in science communication: an experiment on gender bias in publication quality perceptions and collaboration interest. *Science Communication*, 35(5), 603-625.
- Lauzen, M. M., Dozier, D. M., & Horan, N. (2008). Constructing gender stereotypes through social roles in prime-time television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(2), 200-214.
- Lebrun, F. (2007). Presse machiste et journalisme phallocratique. Le sport comme analyseur. *Illusio*, 4 (5), 351-396.
- Leclerc, A. & Guay, J. (1991). L'entreprise de presse et le journaliste. Presses de l'Université du Québec.
- Lefrançois, G. (2018). *Chantal Machabée : Désavantage numérique*. Éditions Hurtubise.
- Lemarié-Saulnier, C., & Lalancette, M. (2012). La Dame de fer, la Bonne Mère et les autres: une analyse du cadrage de la couverture médiatique de certaines politiciennes québécoises et canadiennes. *Canadian Journal of Communication*, 37(3), 459-486.
- Madera, J. M., Hebl, M. R., & Martin, R. C. (2009). Gender and letters of recommendation for academia: Agentic and communal differences. *Journal of Applied Psychology*, 94, 1591-1599.
- Miloch, K. S., Pedersen, P. M., Smucker, M. K., & Whisenant, W. A. (2005). The current state of women print journalists: An analysis of the status and careers of females in newspapers sports departments. *Public Organization Review*, 5(3), 219-232.
- Ministère de la Culture et des Communications. (2014). Enquête sur les pratiques culturelles au Québec, faits saillants 2014. http://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/Enquete_pratiques_culturelles/Bulletin-Survol-27-_2014.pdf
- North, L. (2016). The Gender of “soft” and “hard” news: Female journalists' views on gendered story allocations. *Journalism Studies*, 17(3), 356-373.

- Oggins, J. (2014). Underrepresentation of women writers in Best American anthologies: the role of writing genre and editor gender. *Sex Roles*, 71(3-4), 182-195.
- Park, H. S., Eveland, W. P., Jr. & Cudeck, R. (2008). Multilevel modeling: Studying people in contexts. Dans A. F. Hayes, M. D. Slater & L. B. Snyder (Eds.), *Advanced data analysis methods for communication research* (pp. 219–245). Sage Publications.
- Peña, J., & Hancock, J. T. (2006). An analysis of socioemotional and task communication in online multiplayer video games. *Communication Research*, 33(1), 92-109.
- Perrin, A. J. (2016). “Since this is the editorial section I intend to express my opinion”: Inequality and expressivity in letters to the editor. *The Communication Review*, 19(1), 55-76.
- Petersen, J. (2018). Gender difference in verbal performance: A meta-analysis of United States State performance assessments. *Educational Psychology Review*, 30(4), 1269–1281.
- Raboy, M., & Grimard, G. (2000). *Les médias québécois : presse, radio, télévision, inforoute*. Gaëtan Morin.
- Reinardy, S. (2009). Female journalists more likely to leave newspapers. *Newspaper Research Journal*, 30(3), 42-57.
- Rich, M., Woods, E. R., Goodman, E., Emans, S. J., & DuRant, R. H. (1998). Aggressors or victims: Gender and race in music video violence. *Pediatrics*, 101(4), 669-674.
- Richer, J. (2019, 4 juillet) Crise des médias : Le Québec doit assurer la liberté de la presse. *Le Soleil* <https://www.lesoleil.com/affaires/crise-des-medias-quebec-doit-assurer-la-liberte-de-la-presse-b9a5db4ed81def1d02d3c757df849971>
- Rudy, R. M., Popova, L., & Linz, D. G. (2010). Contributions to the content analysis of gender roles: An introduction to a special issue. *Sex Roles*, 64, 151–159.
- Rose, J., Mackey-Kallis, S., Shyles, L., Barry, K., Biagini, D., Hart, C., & Jack, L. (2012). Face it: The impact of gender on social media images. *Communication Quarterly*, 60(5), 588-607.
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology : An International Review*, 48, 23-47.
- Singletary, M. W., & Cowling, M. (1979). Letters to the editor of the non-daily press. *Journalism Quarterly*, 56(1), 165-168.

- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). Social identity theory of intergroup behavior. Dans S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (pp. 7–24). Chicago: Nelson-Hall.
- Vu, H. T., Duong, H. T., Barnett, B., & Lee, T. T. (2017). A role (in) congruity study on Vietnamese journalists' perception of female and male leadership. *Asian Journal of Communication*, 27(6), 648-664.
- Welbers, K., Van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A gatekeeper among gatekeepers: News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, 19(3), 315-333.
- Wood, W., & Eagly, A. H. (2002). A cross-cultural analysis of the behavior of women and men: Implications for the origins of sex differences. *Psychological Bulletin*, 128(5), 699-727.

Annexe

Le but de cette annexe est de présenter certaines statistiques en lien avec les analyses descriptives de la section « Résultats ». D'ailleurs, deux motifs justifient leur présentation à la fin de notre mémoire. Dans un premier temps, nous désirons être conséquents avec les tendances publiées par le passé sur notre thème de recherche. En clair, nous désirons fournir des résultats en fonction des hommes et de femmes qui ont contribué aux journaux québécois du samedi pour les rendre comparables aux travaux de chercheurs ayant étudié cette question antérieurement. Nous exposerons donc ci-dessous des statistiques en fonction des hommes et femmes qui ont contribué à quatre journaux québécois du samedi. Dans un deuxième temps, nous positionnons ces statistiques en annexe, car il est important de mentionner à nouveau que notre corpus est composé d'articles qui proviennent d'un même auteur. Plutôt que de faire fi de cette situation (Boyle et al., 2017), nous admettons que cette façon de faire viole le postulat de l'indépendance des observations. De ce point de vue, il est clair qu'il est possible de remettre en question certaines des analyses que nous allons présenter. D'ailleurs, la méthode que nous avons utilisée pour générer nos données est propice à cet enjeu et plusieurs façons de faire pour gérer cet enjeu semblent exister (Creswell et al. 2007; Park, Eveland, & Cudeck, 2008; Peña & Hancock, 2006; Rich, Woods, Goodman, Emans, & DuRant, 1998). Par contre, nous croyons tout aussi important de rappeler que nos données proviennent du terrain médiatique et non d'un laboratoire. Elles font partie de l'espace public et notre intérêt de recherche se concentrait sur ce que les membres de grandes catégories contribuaient à celui-ci.

Si l'on cherche à comparer nos résultats à ceux des chercheurs auxquels nous avons fait référence précédemment, des analyses non paramétriques indiquent que la proportion des hommes qui écrivent dans quatre journaux québécois du samedi est significativement plus grande que celle des femmes pour les journalistes ($\chi^2 (1, N = 1780) = 82.84, p = .001; r = .22; \text{Homme} = 60.8\%$) ainsi que pour les non-journalistes ($\chi^2 (1, N = 539) = 60.78, p = .001; r = .34; \text{Homme} = 66.8\%$). De plus, nous sommes conscients que le fait de dire que le profil des proportions de production pour les journalistes masculins, féminins et les agences de presse est similaire entre deux quotidiens nécessite une certaine validation statistique sans toutefois tomber dans l'excès des comparaisons statistiques. D'ailleurs, pour la note de bas de page no. 6, un test binomial indique que la proportion des articles féminins provenant du journal *The Montreal Gazette*, soit 24.3% est équivalente à celle de la proportion des articles féminins du Journal de Montréal (24.9%, $p = .26$). Finalement, nous avons affirmé dans notre mémoire qu'il y avait une association entre le genre et les secteurs d'information dans lequel un journaliste ou un non-journaliste contribue à un ou des articles. Des analyses non paramétriques croisant ces deux variables confirment que c'est bien le cas pour les journalistes ($\chi^2 (7, N = 10145) = 1110.30, p = .001; V \text{ de Cramer} = .33$) et les non-journalistes ($\chi^2 (7, N = 587) = 16.31, p = .022; V \text{ de Cramer} = .17$).